

Masterarbeit:

**To mEAT, or not to mEAT?**

**Eine Analyse von Fleischersatzprodukten als  
Coping-Strategie bei Zielkonflikten von Fleischkonsum**

---

Verfasst von:

**Julia Dünki**

  
Matrikelnummer: 16-701-476

Referentin:

**Dr. Pia Furchheim**

Ko-Referentin:

**Dr. Nina Heim**

Schriftliche Arbeit verfasst an der:

**Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften**

**School of Management and Law**

**Master of Science in Business Administration**

**Major Marketing**

Datum:

**16. Juni 2022**

## **Geschlechterhinweis**

Aus Gründen der Lesbarkeit wird in dieser Arbeit die geschlechtsspezifische Differenzierung nicht durchgehend berücksichtigt. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung für alle Geschlechter (PresseBox, 2019).

## Management Summary

Fleisch gilt als symbolisches Nahrungsmittel und der Fleischkonsum ist weiterhin weit verbreitet. Jedoch zeigen sich, aufgrund negativer Auswirkungen von herkömmlichem Fleisch in Bezug auf ökologische und gesundheitliche Aspekte sowie Bedenken bezüglich des Tierwohls, Veränderungen im Konsumentenverhalten. Entwicklungen in den letzten Jahren haben gezeigt, dass das Interesse an einer flexiblen und nachhaltigen Ernährungswiese zunimmt. Die Konsumenten finden sich dabei vermehrt in einem Spannungsfeld. Einerseits gehört die Vorliebe für den Geschmack von Fleisch zu einem Hauptgrund, weshalb Verbraucher Fleisch konsumieren, andererseits wird vermehrt aufgrund von moralischen Bedenken, negativen ökologischen und gesundheitlichen Auswirkungen auf Fleisch verzichtet.

Ziel der Arbeit ist es, diese motivationalen Zielkonflikte von Verbrauchern zu untersuchen. Die vorgenommene Literaturrecherche zeigt, dass, auf Grundlage der Goal-System-Theory von Kruglanski, Fleischersatzprodukte in Form von multifinalen Mitteln eine interessante Coping-Strategie bieten, einen fleischbezogenen Konflikt aufzulösen. Die auf Pflanzenbasis hergestellten Produkte bieten aufgrund von ökologischen, ethischen und gesundheitlichen Vorteilen eine interessante Möglichkeit, Zielkonflikte aufzulösen. Zudem wurden bedeutsame Einflussfaktoren auf die Kaufintention von Fleischersatzprodukten bislang in der Forschung vernachlässigt. Aufgrund dessen wurde im Rahmen dieser Arbeit untersucht, ob Fleischersatzprodukte ein *Bestes aus beiden Welten* bieten.

Für die Untersuchung wurde auf eine quantitative Befragung mit insgesamt 120 Teilnehmenden zurückgegriffen. Die Auswertung der Daten zeigt interessante Befunde auf. Unter anderem konnten Umweltziele sowie der Zielkonflikt von Umwelt und Geschmack als wesentliche Einflussfaktoren auf die Kaufintention von Fleischersatzprodukten ausfindig gemacht werden. Weiter zeigen die Resultate, dass der Einfluss eines latenten Zielkonflikts zwischen Tierwohl und Geschmack auf die Kaufintention von Fleischersatzprodukten durch einen erlebten Zielkonflikt vermitteln lässt. Diese Befunde geben erste Anhaltspunkte dafür, dass für Konsumenten, welche in einem Zielkonflikt stehen, Fleischersatzprodukte ein *Bestes aus beiden Welten* bieten kann. Keinen Effekt weisen jedoch Gesundheitsziele sowie der Zielkonflikt zwischen Gesundheit und Geschmack auf. Zudem

gilt zu berücksichtigen, dass Fleischprodukte bei Fleischkonsumenten weiterhin weit oben auf der Speisekarte stehen.

Des Weiteren gewährleiten die Freitext-Antworten der Teilnehmer spannende Einblicke für ihre Beweggründe. Die Antworten zeigen, dass besonders der Geschmack für Fleischkonsumenten eine zentrale Rolle bei Essensentscheidungen spielen. Zudem scheint, dass die Wahl der Fleischkonsumenten für Fleischersatzprodukte auf Neugier zurückgeführt werden kann.

Die vorliegende Arbeit konnte einerseits aufzeigen, dass Zielkonflikte bei Fleischkonsumenten im hohen Ausmass ausgeprägt und andererseits unterschiedliche Einflussfaktoren auf die Kaufintention von Fleischersatzprodukten vorhanden sind. Für Unternehmen ist die vorliegende Arbeit von Relevanz, da diese helfen kann, Konsumenten und deren Konsumverhalten besser zu verstehen.

# Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis .....	VIII
Tabellenverzeichnis .....	IX
Formelverzeichnis.....	X
Abkürzungsverzeichnis .....	XI
Symbole.....	XII
<b>1 Einleitung .....</b>	<b>1</b>
1.1 Zielsetzung und Forschungsfrage .....	3
1.2 Aufbau der Arbeit.....	5
<b>2 Omnivore versus pflanzenbasierte Ernährung.....</b>	<b>7</b>
2.1 Ernährungsformen .....	7
2.2 Fleischersatzprodukte .....	9
2.2.1 <i>Wissenschaftliche Definitionen</i> .....	9
2.2.2 <i>Herstellung</i> .....	11
2.2.3 <i>Fleischersatzprodukte und Ernährungsformen</i> .....	12
2.3 Motivationale Treiber und Barrieren von Fleischkonsum.....	12
2.3.1 <i>Motivationale Treiber von Fleischkonsum</i> .....	13
2.3.2 <i>Motivationale Barrieren von Fleischkonsum</i> .....	16
2.4 Motivationale Konflikte bei Fleischkonsum .....	19
<b>3 Zielverfolgung, Zielkonflikte und Coping-Strategien .....</b>	<b>21</b>
3.1 Begriffliche Grundlagen .....	21
3.2 Goal-System-Theory .....	22

3.2.1 *Fleischersatzprodukte als multifinales Mittel im Kontext von Fleischkonsum*  
28

<b>4</b>	<b>Fazit.....</b>	<b>31</b>
<b>5</b>	<b>Methodik.....</b>	<b>34</b>
5.1	Forschungsdesign .....	34
5.2	Operationalisierung .....	34
5.2.1	<i>Messskalen der hypothesengeleiteten Variablen.....</i>	<i>36</i>
5.2.2	<i>Messskalen der weiterführenden Variablen .....</i>	<i>40</i>
5.2.3	<i>Aufbau des Fragebogens und Ablauf der Befragung .....</i>	<i>40</i>
5.2.4	<i>Mögliche Fehlerquellen.....</i>	<i>42</i>
5.2.5	<i>Pretest.....</i>	<i>43</i>
5.2.6	<i>Datenerhebung und Stichprobe .....</i>	<i>44</i>
<b>6</b>	<b>Analyse und Resultate .....</b>	<b>45</b>
6.1	Aufbereitung und Bereinigung des Datensatzes.....	45
6.2	Stichprobenbeschreibung.....	46
6.3	Faktorenanalyse .....	47
6.4	Gütekriterien.....	49
6.4.1	<i>Objektivität .....</i>	<i>50</i>
6.4.2	<i>Reliabilität .....</i>	<i>50</i>
6.4.3	<i>Validität .....</i>	<i>51</i>
6.5	Verteilung der latenten Zielkonflikte .....	52
6.6	Prämissen für die Regressionsanalyse .....	54
6.7	Hypothesenprüfung .....	56

6.7.1	<i>Einfluss Ziele auf die Kaufintention von Fleischersatz</i>	57
6.7.2	<i>Einfluss latenter Zielkonflikte auf die Kaufintention von Fleischersatz</i>	58
6.7.3	<i>Einfluss latenter und erlebter situativer Zielkonflikte auf die Kaufintention von Fleischersatz</i>	59
6.8	Weiterführende statistische Auswertungen der Befragung	61
<b>7</b>	<b>Diskussion</b>	<b>68</b>
7.1.1	<i>Erste Forschungsfrage</i>	68
7.1.2	<i>Zweite Forschungsfrage</i>	69
7.1.3	<i>Schlussfazit</i>	75
7.2	Implikation für die Theorie und Praxis	75
7.3	Limitationen und zukünftige Forschung	78
<b>8</b>	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>80</b>
<b>9</b>	<b>Anhang</b>	<b>XIII</b>
<b>10</b>	<b>Selbstständigkeitserklärung</b>	<b>CX</b>

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Herstellung und Zusammensetzung von Fleischersatzprodukten .....	11
Abbildung 2 Äquifinalität.....	24
Abbildung 3 Multifinalität.....	27
Abbildung 4 Multifinalität im Kontext von Fleischkonsum .....	30
Abbildung 5 Ernährungsform der Teilnehmer in Prozent, n = 120.....	47
Abbildung 6 Häufigkeit des Fleischkonsums der Befragten in Prozent, n = 120 .....	47
Abbildung 7 Screeplot der Faktorenanalyse des Konstrukts Geschmack.....	49
Abbildung 8 Verteilung des latenten Zielkonflikts Tierwohl und Geschmack.....	52
Abbildung 9 Verteilung des latenten Zielkonflikts Gesundheit und Geschmack .....	53
Abbildung 10 Verteilung des latenten Zielkonflikts Umwelt und Geschmack.....	54
Abbildung 11 Mediationsanalyse: Einfluss latenter Zielkonflikt auf Kaufintention durch erlebten Zielkonflikt .....	60

## **Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1 Aufbau der Arbeit.....	6
Tabelle 2 Aufbau des Fragebogens und Ablauf der Befragung .....	42
Tabelle 3 Reliabilitätsanalyse.....	51
Tabelle 4 Voraussetzung der einfachen Regressionsanalyse .....	56
Tabelle 5 Ergebnisse der Hypothesen .....	59
Tabelle 6 Beweggründe bei der ersten Entscheidung zwischen Fleischspiess und Gemüsespiess.....	63
Tabelle 7 Beweggründe bei der zweiten Entscheidung zwischen Fleischspiess, Gemüsespiess und Fleischersatz.....	64

## **Formelverzeichnis**

Formel 1 Zielkonflikt Tierwohl – Geschmack .....	37
Formel 2 Zielkonflikt Gesundheit – Geschmack.....	38
Formel 3 Zielkonflikt Umwelt – Geschmack .....	38
Formel 4 Umwandlung Skalen .....	39

## **Abkürzungsverzeichnis**

AV	Abhängige Variable
H	Hypothese
KMO	Kaiser-Meyer-Olkin Kriterium
UV	Unabhängige Variable
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences
VEMI	Vegetarian Eating Motives Inventory

## Symbole

$\alpha$	Cronbachs Alpha
b	nicht standardisierter Regressionskoeffizient
F	F-Test
M	arithmetisches Mittel
n	Stichprobenumfang
p	Signifikanzwert
R <sup>2</sup>	Bestimmtheitsmass
SD	Standardabweichung
t	t-Wert

# 1 Einleitung

Die Frage *Für oder wider Fleischkonsum?* hat sich in der Schweizer Bevölkerung zu einem präsenten und viel diskutierten Thema entwickelt (Sahakian et al., 2020, S. 1). Die Debatte hat einen emotionalen Charakter und zeigt, dass die Dringlichkeit einer Verringerung des Fleischkonsums vorhanden ist (Sahakian et al., 2020, S. 9). Fleisch wird als ein symbolisches Nahrungsmittel, Teil der Schaffung der gemeinsamen Kultur und nationalen Identität sowie als politisches Objekt angesehen (Sahakian et al., 2020, S. 9). Dennoch gewinnen alternative Proteinquellen in der Humanernährung in Form von Fleischerersatzprodukten vor dem Hintergrund des Klimawandels, des wachsenden Konsumententrends einer fleischlosen Ernährung sowie aus gesundheitlichen und ethischen Gründen an Bedeutung (Bryant & Sanctorem, 2021, S. 1; Bundesamt für Landwirtschaft, 2021, S.1). Zudem steigt das Interesse an einer flexiblen und nachhaltigeren Ernährungsweise (Kaczmarek et al., 2021, S. 1). Dabei zeigt sich, dass in der Schweiz immer mehr Menschen zu den Flexitariern<sup>1</sup> gehören (Coop Medienstelle, 2022, S. 6). Im Jahr 2021 verzichteten bereits 60 % der Schweizer Bevölkerung mehrmals im Monat bewusst auf tierische Lebensmittel (Coop Medienstelle, 2022, S.6).

Dennoch scheint es, dass sich der wachsende Konsumententrend einer fleischlosen Ernährung nur langsam im Verhalten der meisten Konsumenten niederschlägt (Varela et al., 2021, S. 1). Dies lässt sich darauf zurückführen, dass Konsumenten für sie andere bedeutende Ziele verfolgen, welche durch Fleischprodukte erfüllt werden. Dazu gehören die Vorliebe für den Geschmack von Fleisch, Essgewohnheiten sowie die Ansicht, dass Fleisch hochwertige Energiequelle und Träger von essentiellen Nährstoffen ist (Godfray et al., 2018, S.2; Piazza et al., 2015, S. 125; Pohjolainen et al., 2015, S. 9). Jedoch treten während des Fleischkonsums zugleich Konflikte für Verbraucher auf. Obwohl eine Mehrheit weiterhin Fleisch konsumiert, lehnt ein Grossteil der Menschen in westlichen Ländern das Töten von Tieren ab (Lin-Schilstra & Fischer, 2020, S. 2). Diese Dichotomie wird in der Forschungsliteratur als *Fleischparadox* bezeichnet (Loughnan et al., 2010). Wenn Menschen sich dieses Fleischparadoxes bewusst werden, erleben sie einen

---

<sup>1</sup> Flexitariet beschreibt Personen, welche gerne Fleisch konsumieren, jedoch ihren Fleischkonsum bewusst reduzieren (Bundesamt für Landwirtschaft, S. 6; Dagevos, 2021, S. 531; Wozniak et al., 2020, S. 844).

aversiven kognitiven Konflikt (Rothgerber, 2020, S.12). Zudem scheint der Verzehr von verarbeitetem Fleisch im Zusammenhang mit dem Risiko für mehrere Krankheiten zu stehen (Godfray et al., 2018, S.3). Wang et al. (2016) stellten in einer Metaanalyse fest, dass eine hohe Aufnahme von verarbeitetem Fleisch mit einem, wenn auch mässigen, Anstieg des Sterblichkeitsrisikos bei Herz-Kreislauf-Erkrankungen verbunden ist. Darüber hinaus wirkt sich die Fleischproduktion negativ auf die Umwelt aus. Die Produktion von Fleisch erzeugt im Vergleich zu pflanzlichen Lebensmitteln mehr Emissionen pro Energieeinheit (Godfray et al., 2018, S. 4). Diese moralischen, ökologischen und gesundheitlichen Auswirkungen veranlassen Verbraucher dazu, ihre Essgewohnheiten ändern zu wollen (Lentz et al., 2018, S. 127).

Die aufgeführten Erkenntnisse lassen schlussfolgern, dass Konsumenten vor einem Konflikt stehen, wenn sie Fleisch konsumieren. Laut Randers et al. (2021, S. 1) geraten Verbraucher in zahlreichen Situationen in diesen Konflikt, wenn sie eine Entscheidung zwischen fleischhaltigen und fleischlosen Produkten treffen müssen. Die Verbraucher stehen damit vor einer Herausforderung. Einen möglichen Erklärungsansatz für die Auflösung vorliegender Zielkonflikte bietet die Goal-System-Theory von Kruglanski et al. (2002, 2015). Diese Theorie geht von einer dynamischen Perspektive von motiviertem Handeln aus (Kopetz et al., 2012, S. 209). Letzteres bezieht sich auf den Begriff von Zielsystemen, welche als mentale Repräsentation von Motivationsnetzwerken definiert werden. Solche Netzwerke bestehen aus verbundenen Zielen und den dafür zu erforderlichen Mitteln (Kopetz et al., 2012, S. 209). Ziele können dabei durch eine oder mehrere Aktivitäten erreicht werden. Die Aktivitäten zur Erreichung des Ziels werden als Mittel bezeichnet. Weiter besagt die Theorie, dass Menschen zeitgleich mehrere Ziele verfolgen können (Kopetz et al., 2012, S. 209). Die Verfolgung von mehreren Zielen kann jedoch zu Konflikten zwischen den Zielen führen, welche gelöst werden müssen (Kopetz et al., 2012, S. 210). Zur Auflösung von Zielkonflikten können unterschiedliche Strategien, beispielsweise multifinale Mittel, herangezogen werden. Eine multifinale Konfiguration beschreibt ein einziges Mittel, das in der Lage ist, mehrere Ziele gleichzeitig zu erreichen (Kruglanski et al., 2002; Kruglanski et al., 2013, S. 22; Kruglanski et al., 2015, S. 72).

Im Kontext von Fleischkonsum sollen beispielsweise zwei Ziele, wie einerseits die Vorliebe für den Geschmack von Fleisch und andererseits das Ziel, den ökologischen Fussabdruck zu verringern, durch ein Mittel, welches beide Ziele teilweise erfüllt, erreicht

werden (Randers et al., 2021, S. 4). Zum Beispiel kann auf ein Fleischersatzprodukt zurückgegriffen werden, welches beide Ziele erfüllen soll (Randers et al., 2021, S. 4). Fleischersatzprodukte sind Produkte, die wie Fleisch aussehen und schmecken sollen (Bundesamt für Landwirtschaft, 2021, S. 7).

Laut Bryant und Sanctorum (2021, S. 9) zählen soziale Aspekte, wie das Tierwohl und die Umwelt, zu den Hauptgründen, weshalb Konsumenten Fleischersatzprodukte konsumieren. Somit besteht die Möglichkeit, dass diese das *Beste aus beiden Welten* bieten (Jahn et al., 2021, S. 11). Laut Jahn et al. (2021, S. 11) ist dazu jedoch weitere Forschung erforderlich, in der die verschiedenen Kompromisse untersucht werden, mit denen die Verbraucher konfrontiert sind, sowie die daraus resultierenden Bewältigungsstrategien zur Überwindung dieser Konflikte. Die Fleischersatzindustrie scheint Potenzial für künftige Entwicklungen zu haben (Jang & Cho, 2022, S. 2). Jedoch fokussiert sich die Literatur laut Jang und Cho (2022, S. 2) hauptsächlich auf die Untersuchung der wahrgenommenen Vorteile von Verbrauchern. Zusätzlich müssen nach Jang und Cho (2022, S. 2) jedoch auch relevante Faktoren, die den Kaufprozess der Verbraucher beeinflussen, erforscht werden. Rothgerber (2020, S. 9) stellt fest, dass, obwohl zahlreiche Forschungsergebnisse zum Konsum von Fleisch vorliegen, weiterhin Forschungsbedarf in Bezug auf die psychologischen Aspekte des Fleischkonsums besteht.

## **1.1 Zielsetzung und Forschungsfrage**

Das zentrale Ziel der vorliegenden Arbeit ist, Zielkonflikte von Fleischkonsum bei Verbrauchern zu analysieren. Dabei sollen mögliche Coping-Strategien, die zur Lösung von Zielkonflikten beitragen, untersucht werden. Grundlage für die Untersuchung ist eine systematische Analyse der bestehenden Fachliteratur der Treiber und Barrieren von Fleischkonsum und der Konsumenten von Fleisch. Im Rahmen einer Umfrage soll überprüft werden, welche Coping-Strategien angewendet werden können, wenn ein Konflikt zwischen konfligierenden Zielen besteht.

In der Arbeit werden folgende Forschungsfragen beantwortet:

1. Welche motivationalen Zielkonflikte entstehen bei Verbrauchern, wenn sie Fleisch konsumieren?
2. Mit welchen Coping-Strategien können motivationale Zielkonflikte beim Fleischkonsum aufgelöst werden?
  - 2.1. Bieten Fleischersatzprodukte ein *Bestes aus beiden Welten*?

Der Fokus der vorliegenden Arbeit liegt auf Fleischersatzprodukten. Nicht genauer betrachtet werden weitere Produktkategorien von Fleischersatz, wie Tofu, Tempeh, Seitan und kultiviertes Fleisch. Fleischersatzprodukte haben primär das Ziel, Fleisch in Geschmack, Textur, Aussehen und Proteingehalt zu imitieren (Bundesamt für Landwirtschaft, 2021).

## 1.2 Aufbau der Arbeit

Die Arbeit gliedert sich in sieben Teile (vgl. Tabelle 1). Im **zweiten Kapitel** wird der Stand des Wissens über pflanzenbasierte und omnivore Ernährung erarbeitet. Dabei wird zunächst ein Überblick über die unterschiedlichen Ernährungsformen geschaffen. Zudem wird der Begriff Fleischersatzprodukt definiert und die Herstellung vorgestellt. Infolgedessen werden motivationale Treiber und Barrieren von Fleischkonsum aufgezeigt. Hierbei werden zuerst der aktuelle Forschungsstand motivationaler Treiber von Fleischkonsum und anschliessend Barrieren ausgearbeitet. Abschliessend werden motivationale Konflikte zwischen Treibern und Barrieren von Fleischkonsum vorgestellt.

**Kapitel 3** beschäftigt sich mit Zielen und Zielkonflikten. Es werden begriffliche Grundlagen und theoretische Konzepte vorgestellt. Dabei bildet die Goal-System-Theory von Kruglanski et al. (2002, 2015) die Basis. Aufbauend auf der Goal-System-Theory werden Fleischersatzprodukte im letzten Unterkapitel als *Multifinal Means* im Kontext von Fleischkonsum vorgestellt.

Mit den gewonnenen Erkenntnissen aus der Literatur aus Kapitel 2 und 3 wird in **Kapitel 4** ein Fazit gezogen und die theoriegeleiteten Hypothesen werden vorgestellt.

**Kapitel 5** beschäftigt sich in einem weiteren Schritt mit der Methodik. Hier wird das Forschungsdesign vorgestellt und die Operationalisierung der Untersuchung geschildert. Daran anknüpfend folgt in **Kapitel 6** die Analyse der Resultate. Hierbei wird die Datenaufbereitung präsentiert und die Resultate werden dargelegt. Abschliessend werden in **Kapitel 7** die Resultate diskutiert und in Bezug zur bestehenden Literatur gesetzt. Es werden Implikationen für Theorie und Praxis vorgestellt, Limitationen aufgegriffen und ein Ausblick auf mögliche künftige Forschungen gegeben.

Tabelle 1 Aufbau der Arbeit

<b>Management Summary</b>		
<b>1. Einleitung</b>		
Zielsetzung und Forschungsfragen	Abgrenzung	
<b>2. Omnivore versus pflanzenbasierte Ernährung</b>		
Ernährungsformen		
Fleischersatzprodukte		
Treiber und Barrieren von Fleischkonsum		
Motivationale Konflikte bei Fleischkonsum		
<b>3. Zielverfolgung, Zielkonflikte und Coping-Strategien</b>		
Begriffliche Grundlagen	Goal-System-Theory	
Fleischersatzprodukte als multifinales Mittel im Kontext von Fleischkonsum		
<b>4. Fazit</b>		
<b>5. Methodik</b>		
Forschungsdesign	Operationalisierung	
<b>6. Analyse und Resultate</b>		
Datenaufbereitung	Resultate	
<b>7. Diskussion</b>		
Fazit	Implikationen für Theorie und Praxis	Limitationen und zukünftige Forschung

## 2 Omnivore versus pflanzenbasierte Ernährung

Fleischkonsum ist sowohl in Industriestaaten als auch in Entwicklungsländern weiterhin weit verbreitet (Dagevos, 2021, S. 530). Das aufkommende Bewusstsein für negative Auswirkungen von herkömmlichem Fleisch in Bezug auf ökologische und gesundheitliche Aspekte sowie Bedenken aufgrund von Tierwohl haben jedoch zu einer Veränderung des Fleischkonsums geführt (Kerlake et al., 2022, S. 1). Verbraucher wünschen, ihren Fleischkonsum zu reduzieren (Kerlake et al., 2022, S. 1). Allerdings ist ein grosser Teil der Konsumenten nicht dazu bereit, komplett auf eine fleischlose Ernährung umzustellen. Das veränderte Konsumentenverhalten hat zudem zu einem Wandel in den Ernährungsformen sowie zur Entwicklung und Einführung von zahlreichen Fleischalternativen geführt (Hwang et al., 2020, S. 1). Einleitend werden im folgenden Kapitel unterschiedliche Ernährungsformen aufgezeigt und es wird ein Grundverständnis über Fleischersatzprodukte vermittelt. Weiter sollen motivationale Treiber sowie Barrieren von Fleischkonsum aufgegriffen werden, um zu verstehen, was Konsumenten dazu bewegt bzw. davon abhält, auf eine fleischlose Ernährung umzustellen. Abschliessend werden mögliche Konflikte zwischen motivationalen Treibern und Barrieren erläutert.

### 2.1 Ernährungsformen

Im folgenden Kapitel werden unterschiedliche Ernährungsformen betrachtet. Dabei wird eine Einordnung der Begriffe Omnivoren, Flexitarier, Vegetarier und Veganer vorgenommen.

***Omnivore Ernährung:*** Anatomische und physiologische Merkmale von Fleisch- und Pflanzenfressern im Tierreich im Vergleich zu den Merkmalen des Menschen zeigen, dass der Mensch von Natur aus ein Allesfresser ist (Leitzmann, 2014, S. 496). Menschen, welche einer omnivoren Ernährung folgen, konsumieren gleichermassen tierische und pflanzliche Produkte (Wozniak et al., 2020, S. 844). Verbraucher, die sich omnivor ernähren, gehören in der Schweiz sowie in anderen westlichen Ländern weiterhin zur Mehrheit (Schenk et al., 2018, S. 2).

Für Omnivore sind Motive wie Vorliebe für den Fleischgeschmack oder Gesundheit die Hauptgründe, welche sie an der Verringerung ihres Fleischkonsums hindern (De Backer & Hudders, 2015, S. 68; Lin-Schilstra & Fischer, 2020, S. 7)

***Flexitarische Ernährung:*** Eine flexitarische Ernährungsweise hat in der Bevölkerung an Beliebtheit gewonnen (Wozniak et al., 2020, S. 844). Obwohl in der Literatur keine einheitliche Definition einer flexitarischen (oder semi-vegetarischen) Ernährung vorherrscht, werden Flexitarier häufig als Verbraucherschicht bezeichnet, welche gerne Fleisch konsumiert, den eigenen Fleischkonsum jedoch bewusst reduziert (Bundesamt für Landwirtschaft, S. 6; Dagevos, 2021, S. 531; Wozniak et al., 2020, S. 844). Weiter bleibt der Ernährungsrahmen hinsichtlich des Grades der Fleischreduzierung offen. Es besteht kein Konsens über den Grad der Fleischreduzierung (z. B. hinsichtlich wöchentlichen oder monatlichen Fleischkonsums), welcher erforderlich ist, um sich als Flexitarier bezeichnen zu können (Dagevos, 2021, S. 531). In der Literatur herrscht jedoch Einigkeit über die Motive einer flexitarischen Ernährung. Generell wird davon ausgegangen, dass flexitarische Ernährungsgewohnheiten durch die Sorge um das persönliche und ökologische Wohlbefinden sowie das Tierwohl motiviert sind (Forestell, 2018, S. 2-5). Flexitarier bewegen sich, in Bezug auf das Ausmass, in dem sie gesundheitliche Motive sowie das Wohlergehen von Mensch und Tier befürworten, typischerweise zwischen Vegetariern und Omnivoren (De Backer & Hudders, 2015, S. 73; Forestell, 2018, S. 2). Ethische und ökologische Motive werden verstärkt von Vegetariern verfolgt und gesundheitliche Motive von Flexitariern (De Backer & Hudders, 2014, S. 639; De Backer & Hudders, 2015, S. 72). Demgegenüber sind Flexitarier mehr über das Tierwohl besorgt als Omnivore (De Backer & Hudders, 2015, S. 73).

***Vegetarische und vegane Ernährung:*** Veganismus und Vegetarismus sind die beiden häufigsten Lifestyles bzw. Ernährungsweisen, welche im Zusammenhang mit Fleischabstinenz stehen (North et al., 2021, S. 1). Veganismus und Vegetarismus sind ein Lifestyle, für den Personen aufgrund einer bewusst getroffenen Entscheidung in unterschiedlichem Mass auf tierische Produkte verzichten (Dorard & Mathieu, 2021, S. 1). Die strikteste Form ist eine vegane Ernährungsweise, bei der auf alle tierischen Produkte verzichtet wird (Wozniak et al., 2020, S. 844). Vegetarier konsumieren hingegen auch tierische Produkte wie Eier und Milchprodukte, jedoch kein Fleisch und keinen Fisch. Pescetarier werden als Vegetarier definiert, welche aber Fisch und Meeresfrüchte konsumieren (Wozniak et al., 2020, S. 844).

Vegetarier unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Einstellung zum Tierwohl sowohl von Flexitariern als auch von Omnivoren (De Backer & Hudders, 2015, S. 68; Rothgerber,

2014, S. 103). Laut De Backer und Hudders (2015, S. 68) sorgen sich Vegetarier mehr um das Tierwohl als Omnivore und Flexitarier. Motive für eine vegetarische Ernährungsweise können grösstenteils auf gesundheitliche, ethische, umweltbedingte, religiöse oder eine Kombination aus allen Gründen zurückgeführt werden (Hopwood et al., 2020, S. 1; Leitzmann, 2014, S. 496; Rothgerber, 2014, S. 103).

Die Umstellung auf eine vegetarische oder vegane Ernährung und deren Beibehaltung kann jedoch eine Herausforderung darstellen. In der Studie von Hibbeln et al. (2018, S. 16) wurde festgestellt, dass manche Personen, welche sich selbst als vegetarisch oder vegan bezeichnen, weiterhin Fleisch konsumierten. 72 % der Veganer und 4.7 % der Vegetarier gaben an, dass sie Fleisch konsumieren.

Es lässt sich festhalten, dass Verbraucher aufgrund unterschiedlicher Ziele und Beweggründe dazu motiviert sind, verschiedene Ernährungsweisen zu verfolgen.

## **2.2 Fleischersatzprodukte**

In den letzten Jahren ist die Nachfrage nach ethischen, nachhaltigen und gesünderen Proteinquellen gestiegen (Saldanha do Carmo et al., 2021, S. 131; Sha & Xiong, 2020, S. 51). Dies hat zu einem grösseren Angebot an alternativen Proteinquellen geführt (Saldanha do Carmo et al., 2021, S. 131). Dazu zählen Produkte auf Grundlage von pflanzenbasierten Inhaltsstoffen, Insekten und seit kurzem ebenfalls kultivierte Proteine, welche nun auf dem Markt mit traditionellen tierischen Produkten konkurrieren (Saldanha do Carmo et al., 2021, S. 131). Das wachsende Interesse an Fleischersatz ist jedoch nicht nur bei Konsumenten und Lebensmittelherstellern zu beobachten, sondern auch in der wissenschaftlichen Fachwelt (Kołodziejczak et al., 2021, S. 2).

### **2.2.1 Wissenschaftliche Definitionen**

In den letzten Jahren wurden zahlreiche neue wissenschaftliche Studien über die Herstellung und Technologie, die Marktsituation sowie das Konsumentenverhalten von Fleischersatz publiziert (Kołodziejczak et al., 2021, S. 2). Das grosse Interesse führte jedoch ebenfalls dazu, dass Nahrungsmittel, die aus pflanzenbasierten und nichttierischen proteinreichen Quellen hergestellt werden, welche Fleisch ähneln und dessen Charaktereigenschaften ersetzen sollen, in der Literatur oft unterschiedlich bezeichnet werden (Bundesamt für Landwirtschaft, 2021, S. 7; Knaapila et al., 2022, S. 1; Kołodziejczak et al.,

2021, S. 2; Sha & Xiong, 2020, S. 52). Dabei werden in der Literatur die Begriffe Fleisch-analog, Fleischersatz, pflanzenbasiertes Fleischanalog oder Fleischalternative häufig synonym verwendet, können sich jedoch in ihrer Definition unterscheiden (Knaapila et al., 2022, S. 2).

Laut Dekkers et al. (2018, S. 26) bezeichnet *Fleischanalog* Produkte, welche Fleisch in ihrer Funktionalität ersetzen, wobei sie ähnliche Produkt- und sensorischen Eigenschaften haben und vom Verbraucher so zubereitet werden können wie Fleisch.

Sha und Xiong (2020, S. 52) definieren *Fleischersatz* als Analogprodukte, welche tierisches Muskelfleisch in Textur, Geschmack und Aussehen weitgehend nachahmen und verarbeitetes Fleisch imitieren, in Form von z. B. Burgern, Patties, Würstchen und Nuggets. Des Weiteren kann Fleischersatz laut Sha und Xiong (2020, S. 52) in pflanzlich (Soja, Erbsen, Gluten usw.), zellbasiert (in vitro oder kultiviertes Fleisch) und fermentationsbasiert (Mykoprotein) klassifiziert werden.

Das Bundesamt für Landwirtschaft (2021, S. 7) klassifiziert Fleischersatz in drei Subkategorien: Tofu, Tempeh, Seitan, Vegetarischer Convenience und Meat-Analog. Tofu gilt als klassischer Fleischersatz und wird wie Tempeh aus Soja hergestellt. Seitan besteht dagegen aus Weizeneiweiss. Vegetarischer Convenience beinhaltet Produkte, welche Fleisch ersetzen, dabei aber einen eigenständigen Charakter haben und nicht versuchen, Fleisch nachzuahmen. Als Beispiel können Falafel genannt werden. *Meat-Analog* sind Produkte, welche sich durch Geschmack, Textur, Aussehen und Proteingehalt definieren. Diese Produkte möchten Fleisch imitieren und richten sich in erster Linie an Konsumenten, welche Fleisch essen, aber ebenfalls offen für Alternativen sind. Die verwendeten Produktnamen orientieren sich an den Originalen aus Fleisch (Burger, Nuggets, Aufschnitt, Chicken, Pork, Meat etc.).

Bislang scheint in der Fachliteratur kein Konsens über die Bezeichnung von Fleischersatzprodukten vorzuherrschen (Knaapila et al., 2022, S. 1). Im weiteren Verlauf der Arbeit wird aufgrund der Verständlichkeit auf eine Definition in Anlehnung an Sha und Xiong (2020, S. 52) und das Bundesamt für Landwirtschaft (2021, S. 7) zurückgegriffen:

*Fleischersatzprodukte bezeichnen Analogprodukte auf pflanzlicher Basis, welche tierisches Muskelfleisch in Textur, Geschmack und Aussehen weitgehend nachahmen. Die*

Produkte möchten Fleisch imitieren und die verwendeten Produktnamen orientieren sich an jenen der Originale aus Fleisch (Burger, Nuggets, Aufschnitt, Chicken/Pork, Meat etc.).

## 2.2.2 Herstellung

Die meisten Fleischersatzprodukte werden aus Soja-, Weizen- oder Erbsenproteinisolaten oder -konzentraten als primärer Proteinquelle hergestellt, obwohl bei der Herstellung auch Pilze (d. h. Mykoprotein) und Lupinenbohnen verwendet werden (Santo et al., 2020, S.5; Joshi & Kumar, 2015, S. 108). Laut Santo et al. (2020, S. 6) werden aus vier verschiedenen Kategorien Zutaten für die Produktion von Fleischersatzprodukten verwendet. Dazu gehören einerseits proteinhaltige Inhaltsstoffe (z. B. Soja und Weizen), Fette (z. B. pflanzliche Öle), Strukturbestandteile (z. B. Bindemittel) und andere Zutaten (z. B. Salz, Vitamine und Farbstoffe) (vgl. Abbildung 1). Oftmals werden nicht alle Zutaten zur Herstellung verwendet.

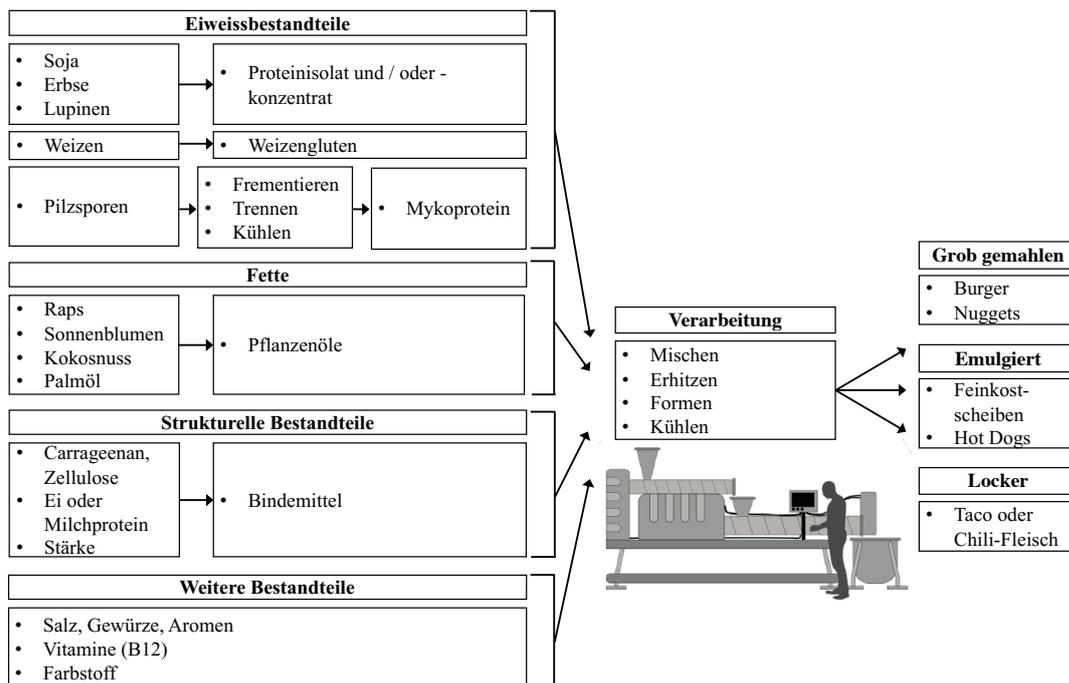


Abbildung 1 Herstellung und Zusammensetzung von Fleischersatzprodukten (eigene Darstellung in Anlehnung an Bohrer, 2019; Joshi & Kumar, 2015; Kyriakopoulou et al., 2019; Santo et al., 2020, S. 6)

In einem weiteren Schritt werden die Bestandteile verarbeitet. Für die Fleischersatzproduktion lässt sich der Prozess in drei Schritten zusammenfassen. Im ersten Schritt findet die Proteinisolierung statt. Dabei werden Proteine aus Pflanzen extrahiert. Als zweiter

Schritt wird die Formulierung durchgeführt. Die pflanzlichen Proteine werden mit weiteren Zutaten, wie Bindemittel, Fett auf Pflanzenbasis und Mehl, zu einer Fleischtextur gemischt. Nährstoffe werden hinzugefügt, um das Nährstoffprofil von Fleisch zu erreichen oder zu übertreffen. In einem dritten Schritt findet die Verarbeitung statt. Die Mischung aus Pflanzenproteinen und anderen Zutaten durchläuft einen Verarbeitungsprozess im Extruder (z. B. Dehnen, Kneten, Schneiden, Pressen, Falten und Extrudieren), um eine fleischähnliche Textur zu erhalten. Im Anschluss entstehen unterschiedliche Arten von Produkten, beispielsweise grob gemahlener (z. B. Burger, Nuggets), emulgierter (z. B. Würste) oder lockerer (z. B. Taco) Fleischersatz (Santo et al., 2020, S. 6).

### **2.2.3 Fleischersatzprodukte und Ernährungsformen**

Es stellt sich die Frage, welche Konsumentengruppen mit Fleischersatzprodukten angesprochen werden. Dabei gibt es unterschiedliche Ernährungsgruppen, die interessiert an Fleischersatzprodukten sind (Kerslake et al., 2022, S. 1). Die Weiterentwicklung von Fleischersatzprodukten hat Vegetariern und Veganern den Verzicht auf tierische Produkte erleichtert (Bryant & Sanctorem, 2021, S. 1). Ausserdem wird damit das wachsende Verbrauchersegment der Flexitarier angesprochen (Bryant & Sanctorem, 2021; Choudhury et al., 2020, S. 1055). Laut Choudhury et al. (2020, S. 1055) kann die Nachahmung von Fleisch in Bezug auf Geschmack, Textur und Aussehen ebenfalls Konsumenten ansprechen, welche sich omnivor ernähren.

## **2.3 Motivationale Treiber und Barrieren von Fleischkonsum**

Obwohl Verbraucher zunehmend versuchen, den eigenen Fleischkonsum aufgrund von Auswirkungen auf die eigene Gesundheit und die Umwelt zu reduzieren, scheint ein Grossteil der Gesellschaft eine Ernährung mit tierischen Lebensmitteln weiterhin als attraktiver zu erachten als eine rein pflanzenbasierte (Sucapane et al., 2021, S. 1). Dies führt dazu, dass die weitere Einführung von pflanzenbasierten Lebensmitteln verhindert wird (Sucapane et al., 2021, S. 1).

Im folgenden Kapitel werden mögliche Motivatoren sowie Barrieren von Fleischkonsum erläutert, welche die Umstellung auf eine pflanzenbasierte Ernährung hindern oder fördern. Die Ergebnisse werden zudem im Anhang als Tabelle aufgeführt, wobei die Treiber und Barrieren von Fleischkonsum zusammengefasst werden (vgl. Anhang A1 und A2).

Die Einteilung der untersuchten Faktoren lehnt sich an das Framework von Stoll-Kleemann und Schmidt (2017, S. 1265) über das Essverhalten von Fleisch sowie die Übersicht von Eckl et al. (2021, S. 15) an.

### 2.3.1 Motivationale Treiber von Fleischkonsum

**Geschmack:** Ein zentraler und häufig genannter Treiber in der Literatur zu Fleischkonsum ist der Geschmack von Fleisch. Lea und Worsley (2003, S. 505) untersuchten in ihrer Studie die wahrgenommenen Barrieren für eine vegetarische Ernährung. Dabei stellte sich heraus, dass die grösste wahrgenommene Barriere für eine vegetarische Ernährungsweise die Genuss am Fleischessen war (Lea & Worsley 2003, S. 507). Dieses Resultat konnten Kemper und White (2021, S. 1) ebenfalls nachweisen. Sie untersuchten in ihrer qualitativen Studie junge Erwachsene im Alter von 18 bis 35 Jahre und ihre Erfahrungen mit Flexitarismus in Bezug auf Motivationen, Strategien und Hindernisse. Hierbei wiesen die Ergebnisse darauf hin, dass der Genuss und Geschmack von Fleisch Hauptfaktoren für den anhaltenden Konsum von Fleisch waren (Kemper & White, 2021, S. 5). Zum gleichen Ergebnis kamen Šedová et al. (2016, S. 421) in ihrer Untersuchung. Der Geschmack wurde in dieser als einer der Hauptfaktoren genannt, der Konsumenten davon abhält, sich für eine fleischlose Ernährung zu entscheiden (Šedová et al., 2016, S. 421). In der Studie von Rööös et al. (2022, S. 1) wurde die Verbraucherwahrnehmung von Fleisch, Fleischersatzprodukten und leicht verarbeiteten Hülsenfrüchten (werden als Gemüse anstatt als Eiweisskomponente einer Hauptmahlzeit angesehen) untersucht. Dabei ging hervor, dass die Verbraucher Fleischersatzprodukte und leicht verarbeitete Hülsenfrüchte im Vergleich zu Fleisch als wesentlich weniger schmackhaft wahrnehmen (Rööös et al., 2022, S. 6).

Das Geniessen von Fleisch wird von Piazza et al. (2015) und Hopwood et al. (2021) ebenfalls als ein Haupttreiber aufgegriffen. Es resultierte, dass Menschen Fleisch konsumieren, weil es für sie genussvoll sowie befriedigend ist (Piazza et al., 2015, S. 125). Aus der Studie von Piazza et al. (2015) ging zudem hervor, dass rund 90 % der offenen Antworten auf die Frage, *weshalb Fleisch zu essen gerechtfertigt ist*, in eine von vier Kategorien eingeordnet werden konnten. Eine der Kategorien beinhaltete den Genuss, das heisst, dass Fleisch besonders gut schmeckt (Piazza et al., 2015, S. 114). Die weiteren drei Kategorien, *natürlich*, *normal* und *notwendig*, werden in den folgenden Abschnitten

behandelt. Die Ergebnisse der durchgeführten Studien zeigen, dass Personen, die den vier Kategorien (natürlich, normal, notwendig und genussvoll) zustimmten, bei einer Essensentscheidung in der Regel nicht durch ethische Bedenken motiviert sind, sich weniger für den Tierschutz engagieren, weniger bestrebt sind, tierische Produkte aus ihrer Ernährung zu verbannen, tendenziell häufiger Fleisch und tierische Produkte konsumieren und sich dem Fleischkonsum verbunden fühlen (Piazza et al., 2015, S. 114). Darüber hinaus konnten Hopwood et al. (2021, S. 9) zeigen, dass die Ergebnisse der Studie von Piazza et al. (2015), die sich insbesondere auf moralische Rechtfertigungsstrategien von Menschen für den Fleischkonsum konzentrierte, auf ein breiteres und neutraleres Konzept der *Motivationen für den Fleischkonsum* übertragen werden konnten. Damit dienen die vier Kategorien einerseits als Rechtfertigung und andererseits als motivationale Treiber für den Fleischkonsum.

**Gesundheit:** Einen weiteren Treiber stellt die Gesundheit dar. In der Studie von Lea und Worsley (2001) wurden unterschiedliche Einflüsse auf den Fleischkonsum untersucht. Dabei hat sich gezeigt, dass gesundheitliche Bedenken gegenüber einer vegetarischen Ernährungsweise einer der relevantesten Prädiktoren für die Häufigkeit des Fleischkonsums für alle Befragten in der Studie waren (Lea & Worsley 2001, S. 130). Die Bedenken unterschieden sich je nach Gruppe (Lea & Worsley 2001, S. 132, 134). Ein wahrgenommener Mangel an Eisen und Protein bei einer vegetarischen Ernährung war für die jüngeren Gruppen ein positiver Prädiktor für den Fleischkonsum, während es für ältere Menschen die Wahrnehmung war, dass Fleisch einerseits in der Ernährung im Allgemeinen notwendig ist und andererseits keine Krankheiten verursacht werden und es nicht dick macht (Lea & Worsley 2001, S. 132, 134). Nach Godfray et al. (2018) zeigen sich gesundheitliche Auswirkungen ebenfalls als Treiber von Fleischkonsum. Fleisch dient als wertvolle Energiequelle und enthält eine Reihe von relevanten Nährstoffen, darunter Eiweiß und Mikronährstoffe wie Eisen, Zink und Vitamin B12 (Godfray et al., 2018, S. 2). Dass Fleisch als reichhaltige Quelle für Makro- und Mikronährstoffe (Proteine, Vitamine A, B1, B12, Eisen und Zink) fungiert, bestätigten ebenfalls die Autoren Battaglia Richi et al. (2015, S. 76) in ihrer Studie. Zudem stellten Battaglia Richi et al. (2015, S. 76) fest, dass der Verzicht von Fleisch bestimmte Risiken birgt. Diese sind insbesondere dann vorhanden, wenn vollständig auf tierische Lebensmittel verzichtet wird, z. B. bei einer veganen Ernährung (Battaglia Richi et al., 2015, S. 76).

**Freude:** Die Ergebnisse der Studie von Rööös et al. (2022, S. 7) zeigen, dass Konsumenten unterschiedlich Freude an Fleischersatzprodukten, leicht verarbeiteten Hülsenfrüchten und Fleisch hatten. Dabei erzielte Fleisch in Bezug auf Freude das beste Ergebnis, gefolgt von verarbeiteten Hülsenfrüchten und Fleischersatzprodukten (Rööös et al. 2022, S. 5).

**Natürlichkeit:** Menschen, die eine starke Zuneigung zu Fleisch haben, glauben beispielsweise eher, dass dessen Verzehr natürlich ist (Piazza et al., 2015, S. 114). Darunter wird verstanden, dass der Fleischkonsum aufgrund biologischer Gründe, natürlicher Selektion oder menschlicher Evolution natürlich ist (Piazza et al., 2015, S. 116), sprich: Fleisch ist das, was der Mensch von Natur aus verzehrt (Piazza et al., 2015, S. 115).

**Gewohnheit:** Als weiterer Treiber von Fleisch gilt nach Godfray et al. (2018, S. 2) die Bequemlichkeit von Fleisch beim Kauf oder bei der Zubereitung. In der Studie von Lea und Worsley (2003, S. 503) wurde nachgewiesen, dass die mangelnde Bereitschaft, Essgewohnheiten oder -routinen zu ändern, ein zentrales Hindernis für die Umstellung auf eine vegetarische Ernährung sowohl bei Männern als auch bei Frauen war. In der Studie von Vatn et al. (2022, S. 1) wurden Faktoren untersucht, welche auf den Konsum von rotem Fleisch zurückzuführen sind. Dabei wiesen die Ergebnisse darauf hin, dass der stärkste Faktor für den Konsum von rotem Fleisch, nebst Genuss und sozialen Normen, die Gewohnheit war (Vatn et al., 2022, S. 8).

**Soziale Norm:** Zudem ist Fleisch ein zentraler Bestandteil von gesellschaftlichen und kulturellen Normen (Leroy & Praet, 2015, S. 200). Dies spiegelt sich beispielsweise darin wider, dass Fleisch als besser geeignet zum Servieren bei festlichen Anlässen wahrgenommen wird als Fleischersatzprodukte und leicht verarbeitete Hülsenfrüchte (Rööös et al., 2022, S. 7). Zum gleichen Ergebnis kamen Piazza et al. (2015) und Hopwood et al. (2021). Diese stellten fest, dass Menschen Fleisch aufgrund von vorherrschenden gesellschaftlichen Normen sowie normativem und historischem Verhalten verzehren (Piazza et al., 2015, S. 116).

Es lässt sich festhalten, dass aus der Literatur unterschiedliche motivationale Treiber für den Fleischkonsum hervorgehen (vgl. Anhang A1). Wesentliche motivationale Treiber von Fleischkonsum sind: *gesundheitliche Faktoren, sensorische Aspekte, Natürlichkeit (biologische Gründe), Freude am Fleisch, Gewohnheit sowie soziale Normen.*

### 2.3.2 Motivationale Barrieren von Fleischkonsum

Das vorherige Kapitel gab Aufschluss über die Treiber von Fleischkonsum. Jedoch wünschen Verbraucher vermehrt, ihren Fleischkonsum zu reduzieren (Kerslake et al., 2022, S. 1). Die Gründe für einen geringeren Fleischkonsum sind oft auf motivationale Faktoren zurückzuführen (Graça et al., 2019, S. 384; Hielkema & Lund, 2021, S. 3). Im Folgenden sollen mögliche motivationale Barrieren von Fleischkonsum aufgezeigt werden.

**Umwelt:** In der Literatur werden umweltbedingte Gründe häufig in Verbindung mit der Reduktion von Fleischkonsum gebracht. Der übermässige Fleischkonsum steht mit negativen Umweltauswirkungen wie Klimawandel und Rückgang der biologischen Vielfalt in Zusammenhang (Stoll-Kleemann & Schmidt, 2017, S. 1262). Mekonnen und Hoekstra, (2012, S. 214) kamen in ihrer Studie zum Schluss, dass weltweit ein Drittel des gesamten Wasserverbrauchs der Landwirtschaft auf die Produktion von tierischen Erzeugnissen entfällt. Darüber hinaus zeigte die Studie, dass der Wasserverbrauch von jedem tierischen Produkt grösser als der von pflanzlichen Produkten mit gleichem Nährwert ist (Mekonnen & Hoekstra, 2012, S. 214). Hinzu kommt, dass umweltfreundliches Verhalten in Zusammenhang mit der Einhaltung einer pflanzlichen Ernährungsweise steht (Krizanova et al., 2021). Die Ergebnisse der Studie zeigten, dass umweltfreundliches Verhalten sowohl die kurzfristige als auch die zukünftig beabsichtigte Einhaltung einer pflanzenbasierten Ernährung positiv voraussagte (Krizanova et al., 2021, S. 6). Einen weiteren Zusammenhang zwischen Umwelt und Fleischreduktion fanden Cheah et al (2020). Aus deren Studie ging hervor, dass Verbraucher dazu neigen, eine positive Einstellung zur Reduzierung von Fleisch zu haben, insbesondere, wenn Auswirkungen auf die Umwelt vorhanden sind (Cheah et al., 2020, S. 4, 5; Malek et al. 2019, S. 123). Zudem ermittelten Šedová et al. (2016, S. 419), dass Teilnehmer sich in einem Konflikt zwischen ihren Einstellungen und Verhalten befanden. Dies war auf den Fleischverzehr und die dabei wahrgenommenen negativen ökologischen Folgen zurückzuführen (Šedová et al., 2016, S. 419). Ferner wurde überwiegend die Meinung vertreten, dass dieser Konflikt durch den Kauf von biologischen Produkten gemildert werden könnte (Šedová et al., 2016, S. 422). Als weitere Strategie wurde von den Teilnehmenden die Reduzierung des Fleischkonsums genannt (Šedová et al., 2016, S. 422).

**Tierwohl:** Menschen essen gerne Fleisch, lehnen jedoch gleichzeitig die Tötung von Tieren ab (Loughnan et al., 2010, S. 156). Dies kann zu einem moralischen Konflikt bei einer Person führen, aufgrund des Bedürfnisses von Tierwohl und des Wunsches nach Fleisch (Loughnan et al., 2014, S. 106) (vgl. Kapitel 2.3.1). Eine solche Dichotomie wird in der Literatur als *Fleischparadox* bezeichnet (Loughnan et al., 2010, S. 156). In der Studie von Loughnan et al. (2010, S. 156) konnte nachgewiesen werden, dass der Verzehr von Fleisch dazu führt, dass sich Menschen von moralischen Bedenken lösen können. Es stellte sich heraus, dass Fleischkonsum einen Einfluss auf die Wahrnehmung hat: Tiere werden als moralisch unwürdig angesehen und können aufgrund ihrer mentalen Zustände kein Leid spüren (Loughnan et al., 2010, S. 158). Loughnan et al. (2014, S. 106) nennen zwei Möglichkeiten zur Lösung des Fleischparadoxes: Die erste besteht darin, das Verhalten zu ändern, indem auf Fleisch verzichtet wird und das eigene Verhalten mit den eigenen moralischen Idealen und Überzeugungen übereinstimmt. Die zweite Möglichkeit besteht darin, die moralischen Ideale und Überzeugungen zu ändern, indem die Überzeugungen mit dem eigenen Verhalten abgestimmt werden. Weiter konnte in einem Experiment von Buttlar und Walther (2019, S. 73) nachgewiesen werden, dass ein durch die Auslösung eines inkonsistenten handlungsorientierten Zustands die Kognitionen bezüglich des Fleischparadoxes beeinflusst werden konnte. Dabei wurden pflanzliche Gerichte positiver und Fleischgerichte negativer bewertet, nachdem eine Inkonsistenz herbeigeführt wurde, was darauf hindeutet, dass die Wahrnehmung des Fleischparadoxes beeinflusst werden kann (Buttlar & Walther, 2019, S. 73). Des Weiteren zeigte die Studie von Malek et al. (2019, S. 131), dass Bedenken hinsichtlich des Tierwohls ein zentraler Motivator für den Verzicht von Fleisch war.

**Gesundheit:** Eine weitere Barriere für Fleischkonsum stellen Bedenken über die Gesundheit dar. Es liegen Ergebnisse vor, dass der Verzehr zunehmender Mengen von rotem Fleisch und insbesondere von verarbeitetem Fleisch zu einem erhöhten Risiko für Sterblichkeit, Herz-Kreislauf-Erkrankungen, bestimmte Krebsarten und Typ-2-Diabetes führen kann (Battaglia Richi et al., 2015, S. 76; Wang et al. 2016). Vor diesem Hintergrund berichten Cheah et al. (2020, S. 7), dass die wahrgenommenen gesundheitlichen Vorteile ein starker Motivator für die Reduzierung des Fleischkonsums sind. Zum selben Ergebnis kamen Malek et al. (2019, S. 131). Sie stellten fest, dass Bedenken hinsichtlich der

Gesundheit ein zentraler Motivator auf für den Verzicht von Fleisch waren (Malek et al., 2019, S. 131).

**Empfindung:** Buttlar und Walther (2022) untersuchten in ihrer Studie, wie Ekel fleischbezogene Ambivalenz beeinflusst. Dabei wird Ambivalenz als kognitive Inkonsistenz verstanden und tritt auf, wenn Menschen Objekte gleichzeitig positiv und negativ bewerten (van Harreveld et al., 2015, S. 29). Im Kontext von Fleisch bedeutet dies beispielsweise, dass, obwohl Menschen Fleisch positiv bewerten, weil sie den Geschmack, die Traditionen oder die sozialen Aspekte von Fleisch schätzen, Fleisch gleichzeitig auch negativ bewerten, aufgrund von ethischen, gesundheitlichen oder nachhaltigkeitsbezogenen Aspekten (Buttlar & Walther, 2022, S. 2). Die Autoren stellten fest, dass das Erleben von Ekel bei Veganern und Vegetariern mit einer geringeren fleischbezogenen Ambivalenz verbunden ist (Buttlar & Walther, 2022, S. 10). Darüber hinaus wurde nachgewiesen, dass eine stärkere moralische Zielorientierung für eine nichtomnivore Ernährung mit mehr Ekel gegenüber Fleisch verbunden war (Buttlar & Walther, 2022, S. 9). Becker und Lawrence (2021) untersuchten Ekel vor Fleisch im Kontext von Vegetarismus und der Reduzierung von Fleisch. Dabei stellten sie fest, dass 73 % der Vegetarier Ekel vor Fleisch haben, ebenso wie 15.3 % der Flexitariern und 3 % der Omnivoren (Becker & Lawrence, 2021, S. 71). Zugleich hat sich gezeigt, dass Ekel vor Fleisch einen starken Einfluss auf den Fleischkonsum hat, insbesondere bei Flexitariern. Eine Nachuntersuchung hat gezeigt, dass bei Probanden bei denen Ekel vor Fleisch über sechs Monate hinweg stärker anstieg, ein Rückgang des Fleischkonsums zu verzeichnen war (Becker & Lawrence, 2021, S. 71).

**Soziale Normen:** Cheah et al. (2020, S. 2) zufolge kann das Vermeiden von Fleisch, welches mit der Wahrnehmung von normativem Verhalten durch Peers zusammenhängt, sowohl ein Hindernis als auch eine Chance darstellen. Die Ergebnisse der Studie belegten, dass soziale Normen eine signifikante und positive Beziehung zu Verbrauchereinstellungen und Absicht haben, den Fleischkonsum zu reduzieren (Cheah et al., 2020, S. 5). Dies weist darauf hin, dass eine normative Komponente einen starken Einfluss auf die Änderung des Ernährungsverhaltens haben kann (Cheah et al., 2020, S. 6).

Wie bereits bei den motivationalen Treibern lassen sich zahlreiche Barrieren von Fleischkonsum aus der Literatur feststellen (vgl. Anhang A2). Bedeutsame motivationale

Barrieren sind *umweltbedingte Gründe, gesundheitliche Aspekte, Tierwohl, Empfindung von Ekel* sowie *soziale Normen*.

## 2.4 Motivationale Konflikte bei Fleischkonsum

Fleischkonsum ist ein komplexes Phänomen (Buttler & Walther, 2019, S. 73). Die im vorgängigen Kapitel aufgeführten motivationalen Faktoren haben gezeigt, dass Fleischkonsum sowohl Treiber als auch Barrieren einschliesst. Darüber hinaus scheinen einige Motivatoren gleichzeitig sowohl als Treiber als auch als Barriere zu fungieren. Dazu gehört beispielsweise der Motivator *Gesundheit*. Einerseits bewerten Menschen Fleisch positiv, weil es relevante Nährstoffe enthält (Eisen, Zink und Vitamin B12) (Godfray et al., 2018, S. 2; Lea & Worsley 2001, S. 132, 134). Andererseits weisen zahlreiche Studien darauf hin, dass der Verzehr von Fleisch mit gesundheitlichen Risiken zusammenhängen kann und aufgrund dessen zunehmend auf Fleisch verzichtet wird (Battaglia Richi et al., 2015, S. 76; Malek et al., 2019, S. 131; Wang et al. 2016). Hinzu kommt, dass *soziale Normen* sowohl ein Hindernis als auch eine Chance darstellen, um den Fleischkonsum zu reduzieren (Cheah et al., 2020, S. 2). Der Verzehr von Fleisch ist eine Norm, da weltweit die meisten Menschen Omnivore sind (Buttler & Walther, 2022, S. 1). Gegen diese Norm zu verstossen, indem öffentlich auf Fleisch verzichtet wird, kann als moralischer Vorwurf aufgefasst werden und zu sozialer Distanz führen (Buttler & Walther, 2022, S. 1; Markowski & Roxburgh, 2019, S. 7). Darüber hinaus könnten Menschen mit Stigmatisierung konfrontiert werden, falls sie eine fleischlose Ernährung in Erwägung ziehen (z. B. vegan oder vegetarisch) (Markowski & Roxburgh, 2019, S. 7; Randers et al., 2021, S. 20). Allerdings geht aus der Literatur ebenfalls hervor, dass soziale Normen einen positiven Zusammenhang mit Verbrauchereinstellungen und der Absicht haben, den Fleischkonsum zu senken (Cheah et al., 2020, S. 5).

Zudem zeigen diverse Studien, dass Verbraucher Fleisch aufgrund des *Geschmacks*, der *Natürlichkeit*, der *Freude* und der *Gewohnheit* positiv auffassen; gleichzeitig wird Fleisch aber auch aufgrund der *Umwelt*, der *Gesundheit*, des *Tierwohls* und des *Ekels* negativ bewertet. Wie bereits in Kapitel 2.3.2 beschrieben, tritt bei gleichzeitiger positiver und negativer Bewertung Ambivalenz auf. Diese Ambivalenz spiegelt sich auch im bereits erwähnten Fleischparadox wider. Zum einen mögen viele Konsumenten den *Geschmack* von Fleisch und geniessen dieses, zum anderen lehnen sie jedoch das *Töten von Tieren*

ab (Hopwood et al., 2021; Kemper & White 2021, S. 1; Lea & Worsley 2003, S. 507; Loughnan et al., 2014, 1; Piazza et al., 2015; Rööß et al., 2022, S. 1; Šedová et al., 2016, S. 421). Des Weiteren wünschen sich Konsumenten Essen, welches sowohl *schmackhaft* als auch *gesund* ist (Kopetz et al., 2012, S. 214). Die *gesundheitlichen Risiken* von Fleischkonsum stehen beispielsweise dem Wunsch nach einem *saftigen Steak* gegenüber (Wang et al. 2016; Battaglia Richi et al., 2015, S. 76). Zudem spielt für Konsumenten bei der Essensauswahl nebst Geschmack und Gesundheit auch die *Umwelt* eine zentrale Rolle. Die aufgeführten negativen Auswirkungen der Fleischproduktion stehen auch hier dem Wunsch nach Fleisch gegenüber (Šedová et al., 2016, S. 419). Diese wahrgenommene Ambivalenz und Unvereinbarkeit zwischen zwei oder mehreren Motivatoren (z. B. Fleisch mögen, aber für Tierwohl eintreten) führt zu einem aversiven Zustand (Buttlar & Walther, 2019, S. 73). Daraus lässt sich schliessen, dass der Fleischkonsum in hohem Masse konfliktbelastet ist (Buttlar & Walther, 2019, S. 73). Der auftretende Konflikt stellt eine Herausforderung für Fleischkonsumenten dar. Daher gilt es, Lösungsansätze zu untersuchen, welche helfen, diesen Konflikt zu lösen.

In den folgenden Kapiteln werden die vier erwähnten Motivatoren (Gesundheit, Umwelt, Tierwohl, Geschmack) vertieft untersucht. Dabei bilden *Gesundheit*, *Umwelt* und *Tierwohl* motivationale Haupttreiber, um auf eine fleischlose Ernährung umzustellen, wohingegen *Geschmack* als motivationaler Haupttreiber für den Konsum von Fleisch agiert.

### 3 Zielverfolgung, Zielkonflikte und Coping-Strategien

Das vorherige Kapitel gab Aufschluss darüber, dass verschiedene Treiber und Barrieren von Fleischkonsum zu einem Zielkonflikt führen können. Darauf aufbauend wird im folgenden Kapitel zu Beginn eine kurze Einführung in den Begriff *Ziel* vorgenommen. Weiter wird die Goal-System-Theory von Kruglanski et al. (2002, 2015) vorgestellt. Diese Theorie bietet unterschiedliche Lösungsansätze, wie gegenläufige Ziele verfolgt werden können.

#### 3.1 Begriffliche Grundlagen

In der Sozialpsychologie wird der Begriff *Motivation* verwendet, um zu beschreiben, weshalb eine Person in einer bestimmten Situation eine bestimmte Handlung einer anderen vorzieht oder eine bestimmte Handlung mit grosser Energie oder Häufigkeit ausführt (Bargh et al., 2010, S. 268). Aktuell zielt die Motivationsforschung ausdrücklich entweder auf die Determinanten und Prozesse der *Zielsetzung* (*goal setting*) oder auf die Determinanten und Prozesse des *Zielstrebens* (*goal striving*) für die erfolgreiche Zielerreichung ab (Bargh et al., 2010, S. 270).

Die *Zielsetzung* befasst sich zunächst mit verschiedenen Determinanten des Zielinhalts und der Zielstruktur (Bargh et al., 2010, S. 270). Dabei wird untersucht, wovon es abhängt, dass Menschen sich Ziele in unterschiedlichen Bereichen, z. B. Leistung oder Zugehörigkeit, setzen und wie diese Ziele als Lern- oder Leistungsziele formuliert werden können. *Zielstreben* umfasst alle Handlungen, die eine Person direkt oder indirekt ihrem Ziel näherbringen oder von denen die Person glaubt, dass die resultierenden Handlungen sie in die Richtung ihres Ziels bringen werden (Milyavskaya & Werner, 2021, S. 4). Das heisst, Menschen setzen sich Ziele, die zum Referenzwert werden, anhand dessen das Verhalten bewertet wird.

Bei der *Zielverfolgung* entsteht eine Diskrepanz zwischen dem aktuellen und dem gewünschten Zustand (*Zielsetzung*). Diese Diskrepanz kann durch zielgerichtetes Handeln verringert werden (*Zielstreben*) (Milyavskaya & Werner, 2021, S. 1).

Darüber hinaus wird ein Ziel als psychologischer Zustand betrachtet, der ein Individuum dazu motiviert, zu handeln, um dieses Ziel zu erreichen (Wong et al., 2021, S. 2). Ein Ziel

hat also motivierende Anreize, die die Person antreiben, ihr Ziel weiterhin anzustreben (Wong et al., 2021, S. 2). Mit anderen Worten veranlasst Motivation Personen dazu, sich so zu verhalten, wie es ihren Zielen entspricht (Lin-Schilstra & Fischer, 2020, S. 12).

Es existiert bereits eine Vielzahl von Theorien, Modellen und Konstrukten, die versuchen, den Prozess der Zielverfolgung und die Maximierung der Zielerreichung zu erklären (Milyavskaya & Werner, 2021, S. 1). Das Verfolgen von Zielen ist im Alltag allgegenwärtig und nimmt eine zentrale Stellung ein, denn ohne Ziele wären Entscheidungen und Handlungen sinnlos (Milyavskaya & Werner, 2021, S. 1; Rosencrantz, 2008, S. 40). Tatsächlich scheinen Ziele einen der bedeutendsten konzeptionellen Unterschiede zwischen einer Handlung und einem Ereignis darzustellen – wobei Ersteres von einem bewussten Akteur ausgeht und Letzteres durch natürliche Vorgänge verursacht werden kann (Rosencrantz, 2008, S. 40). Ziele gehören hierbei oft zu Clustern – oder Systemen –, die aus mehreren Zielen bestehen (Rosencrantz, 2008, S. 40).

### **3.2 Goal-System-Theory**

Wie aus dem vorherigen Abschnitt hervorgeht, bilden Ziele oft Systeme, bestehend aus mehreren Zielen. Von diesem Ansatz gehen auch Kruglanski et al. (2002, 2015) aus. Laut der *Goal-System-Theory* von Kruglanski et al. (2002, 2015) werden Ziele durch ein kognitives motivationales Netzwerk repräsentiert, das aus miteinander verbundenen *Zielen (goals)* (d. h. Repräsentationen gewünschter Endzustände), *Unterzielen (subgoals)* (Zwischenziele, die dennoch zur Erreichung der übergeordneten Ziele führen) und *Mitteln (means)* (d. h. Verhaltensweisen, die zur Zielerreichung führen können) besteht (Milyavskaya & Werner, 2021, S. 11). Ob ein aktiviertes Ziel verfolgt wird und wie es verfolgt wird, hängt von verschiedenen kognitiven, motivationalen und emotionalen Faktoren ab, z. B. vom Wunsch nach dem aktivierten Ziel, der Anzahl der verfügbaren Mittel und dem gleichzeitigen Vorhandensein alternativer Ziele (Kopetz et al., 2012, S. 209).

Die *Goal-System-Theory* verfolgt einen kognitiven Ansatz von Motivation, die ein charakteristisches Merkmal der Theorie ist (Kopetz et al., 2012, S. 210). Dabei werden Ziele systemisch behandelt, d. h. in Bezug auf ihre Mittel zur Erreichung und andere Ziele, die aktiviert werden können, während eine Person ein bestimmtes Ziel verfolgt (Kopetz et al., 2012, S. 210). Aus einer Zielsystem-Perspektive werden motivationale Phänomene wie Zielbindung und -beständigkeit, Auswahl von Mitteln, Substitutionen und

Management von Zielkonflikten als eine gemeinsame Funktion kognitiver Prinzipien betrachtet, die auf motivationale Konzepte wie Ziele und Mittel angewendet werden (Kopetz et al., 2012, S. 210).

Die Theorie geht davon aus, dass Personen sowohl aktuell *erlebte Ziele (focal goals)* verfolgen, deren Zielstatus sie sich explizit bewusst sind, als auch *latente Ziele (background goals)*, deren Vorhandensein nicht bewusst registriert wird (Kruglanski et al., 2002, S. 6). Daraus lässt sich schliessen, dass verhaltensbezogene Ziele auch dann aktiviert werden können, wenn eine Entscheidung nicht bewusst getroffen wird (Bargh et al., 2001, S. 1024). Eine Aktivierung von unbewussten Zielen hat die gleiche Wirkung wie die Aktivierung von bewussten Zielen (Bargh et al., 2001, S. 1024). Unbewusste Ziele fördern zielgerichtetes Handeln, nehmen an Stärke zu, bis sie erfüllt sind, und begünstigen die Wiederaufnahme von unterbrochenen Aufgaben, selbst wenn attraktive Alternativen zur Verfügung stehen (Bargh et al., 2001, S. 1024).

Hinzu kommt, dass die Architektur von Zielsystemen verschiedene Konfigurationen von Zielen und Mitteln umfassen kann (Kopetz et al., 2012, S. 210). Kruglanski et al. (2002, 2015) beschreiben zwei verschiedene Zielkonfigurationen innerhalb der Zielsystemtheorie: *Äquifinalität (equifinality)* und *Multifinalität (multifinality)*.

Bei der *Äquifinalität* wird ein Ziel durch mehrere substituierbare Mittel erreicht (Kruglanski et al., 2002, S. 5). Dies bedeutet, dass ein Ziel mit mehreren Mitteln verbunden sein kann, welche unabhängig voneinander zur Erfüllung dieses Ziels führen können (Kopetz et al., 2012, S. 210). Verfolgt eine Person beispielsweise das Ziel, ihre Fitness zu verbessern, können dabei unterschiedliche Mittel herangezogen werden, wie Laufen, Radfahren oder Schwimmen, um dasselbe Ziel (Fitness) zu erreichen (Kruglanski et al., 2015, S. 78) (vgl. Abbildung 2).

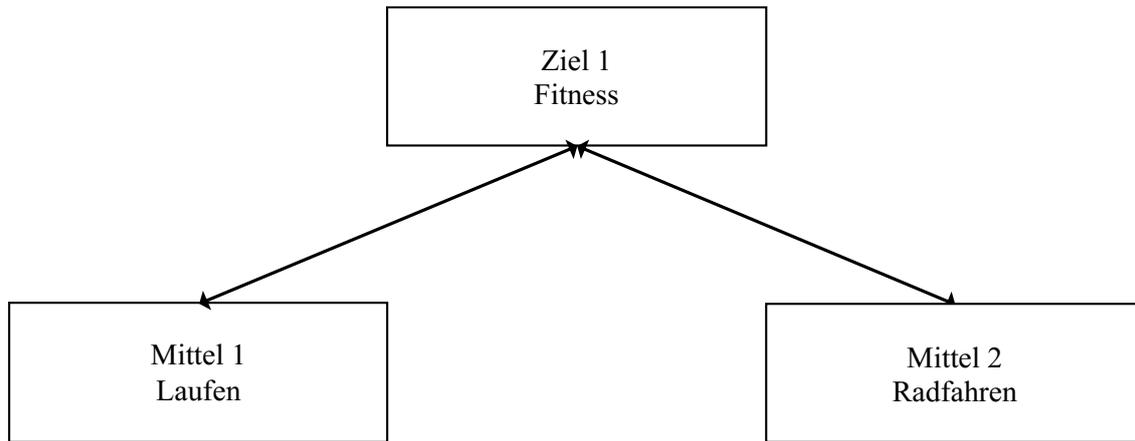


Abbildung 2 Äquifinalität (eigene Darstellung in Anlehnung an Kruglanski et al. 2015, S. 71)

Nach Kruglanski et al. (2011, S. 344) bestehen motivierende Vorteile beim Vorhandensein mehrerer Mittel zur Erreichung individueller Ziele. Dies zeigt sich insbesondere in einem grösseren Engagement und der Bereitschaft, Anstrengungen in die Verfolgung dieser Ziele zu investieren. Ein stärkeres Engagement für das fokale Ziel weist jedoch auch Schwächen auf, da es zu einem schwächeren Engagement für ein bestimmtes Mittel führt (Kruglanski et al., 2015, S. 88). Bélanger et al. (2015, S. 93) gelangten zum Schluss, dass eine grössere Anzahl an Mitteln die intrinsische Motivation für ein bestimmtes Mittel verringert. Intrinsische Motivation beschreibt die Tätigkeit, welche aufgrund inhärenter Zufriedenheit sowie der Freude an der Tätigkeit selbst ausgeführt wird (Deci & Ryan, 1985, S. 8).

**Multiple Zielverfolgung:** Häufig verfolgen Menschen nicht nur ein Ziel, sondern mehrere Ziele gleichzeitig (Kopetz et al., 2012, S. 210). Wenn die Verfolgung eines wertvollen Ziels die Verfolgung eines anderen Ziels behindert oder wenn die Pläne und Handlungen für zwei oder mehr Ziele unvereinbar sind, entsteht ein Zielkonflikt (Kruglanski et al., 2015; Kopetz et al., 2012, S. 210; Kruglanski et al., 2015, S. 71; Sun et al., 2021, S. 2). Zum Beispiel verfolgen Studenten das Ziel, gute Leistungen zu erbringen. Gleichzeitig möchten sie neue Kontakte knüpfen oder einem Teilzeitjob nachgehen. Aufgrund der begrenzten Zeit und Energie können diese Ziele jedoch nicht alle gleichzeitig erreicht werden (Boudreaux & Ozer, 2013, S. 434). Konfligierende Ziele können sowohl bewusst als auch unbewusst erlebt werden (Bargh et al., 2001, S. 1024). Hierbei stehen latente Ziele oft in Konflikt mit aktuellen und aktiv verfolgten Zielen und beeinflussen sich gegenseitig

(Bargh et al., 2001, S. 1024). Affektive und motivationale Folgen von bewusster sowie unbewusster Zielverfolgung sind zudem gleichwertig (Bargh et al., 2010, S. 297).

Aus der Studie von Chartrand und Bargh (2002, S. 32) geht hervor, dass sich bei Personen, welche gleichzeitig ein latentes sowie ein in Konflikt stehendes bewusstes Ziel verfolgten, die Stimmung verschlechterte sowie die Motivation abnahm. Darüber hinaus steht ein anhaltender Zielkonflikt im Zusammenhang mit abnehmendem Wohlbefinden und Lebenszufriedenheit sowie einer Zunahme von Depression und Ängsten (Boudreaux & Ozer, 2013; Kelly et al., 2011; Riediger & Freund, 2004; Sun et al., 2021). Das Vorhandensein von konfligierenden Zielen und daraus entstehendes Unbehagen veranlassen Menschen dazu, den Konflikt durch verschiedene Coping-Strategien zu reduzieren oder aufzulösen (Rothgerber & Rosenfeld, 2021, S. 2).

In der Literatur werden unterschiedliche Strategien genannt, um Zielkonflikte aufzulösen. Einerseits besteht die Möglichkeit, dass Personen bei einem Zielkonflikt ein Ziel hervorheben und dabei das konfligierende Ziel unterdrücken (Furchheim, 2016, S. 208; Hirsh & Kang, 2016, S. 12). Dieses Vorgehen wird in der Literatur als *Verstärkung* (Enhancement) oder Goal-Shielding bezeichnet (Hirsh & Kang, 2016, S. 12; Shah et al., 2002, S. 1261). Die Verstärkung eines Identitätsaspekts kann als bewusste oder unbewusste Reaktion erfolgen (Randers et al., 2021, S. 3). Identität kann sowohl im persönlichen als auch im sozialen Kontext als Selbstreflexion beschrieben werden, welche sich in Form von Kategorien äussert, die einem klaren Bild von spezifischen Merkmalen einer Person in dieser Kategorie entsprechen (Reed et al., 2012, S. 312). Identitäten wirken sich einerseits auf das Denken und andererseits auf das Verhalten aus (Reed et al., 2012, S. 312). Menschen versuchen, sich entsprechend einer aktivierten Identität zu verhalten (Reed et al., 2012, S. 312). Beispielsweise kann eine unbewusste Verstärkung aufgrund von ausstehenden Umweltfaktoren, z. B. sozialen Gruppen, erfolgen (Randers et al., 2021, S. 3). Jedoch können auch bewusste Prozesse zu einer Verstärkung führen, etwa Bemühungen um eine positive Verifikation einer Identität oder eines Ziels (Randers et al., 2021, S. 3). Dabei können Identitäten gleichzeitig Ziele darstellen (Dominick & Cole, 2020, S. 411). Die Studie von Fishbach et al. (2003, S. 296) zeigte, dass wenn das Ziel Gewichtskontrolle stärker gegenüber dem Ziel Essensgenuss aktiviert werden konnte, Menschen erfolgreich spontane Essensverlockungen unterdrücken konnten. Das Ziel der

Gewichtskontrolle wurde hervorgehoben sowie verstärkt und jenes des Essensgenusses gleichzeitig unterdrückt.

Eine weitere Strategie stellt die *Vermeidung (avoidance)* dar (Hirsh & Kang, 2016, S. 13). Die Bewältigung von Zielkonflikten besteht darin, die Bedeutung und Intensität des Konflikts zu verringern, indem versucht wird, diesen zu vermeiden (Hirsh & Kang, 2016, S. 13). Bei dieser Strategie umgehen Personen die Notwendigkeit, sich zwischen konfligierenden Zielen zu entscheiden und Prioritäten setzen zu müssen (Hirsh & Kang, 2016, S. 13). Dabei vermeiden Personen beispielsweise aktiv alle Situationen und Informationen, welche einen Konflikt auslösen würden (Rothgerber & Rosenfeld, 2021, S. 3). Jedoch erweist es sich in der Realität als schwierig, dauerhaft Situationen oder Informationen zu vermeiden, damit kein Konflikt auftritt (Lin-Schilstra & Fischer, 2020, S. 20).

*Multifinalität*: In Situationen, in denen mehrere Ziele gleichzeitig aktiviert und gleichwertig von Bedeutung sind, können nach Kruglanski et al. (2015, S. 74) *multifinale Mittel (multifinal means)* als weitere Strategie eingesetzt werden, damit Zielkonflikte vermieden werden können. Eine multifinale Konfiguration (*Multifinalität*) stellt ein einziges Mittel dar, welches in der Lage ist, mehrere Ziele gleichzeitig zu erreichen (Kruglanski et al., 2002; Kruglanski et al., 2013, S. 22; Kruglanski et al., 2015, S. 72).

Multifinalität hat eine motivationale Komponente sowie eine kognitive Struktur (Kruglanski et al., 2013, S. 22). Die motivationale Komponente bezieht sich auf den Inhalt der spezifischen Mittel und der abgebildeten Ziele. Die Struktur betrifft ihre Wechselbeziehungen. Beispielsweise kann das Essengehen in einem Gourmetrestaurant als eine multifinale Aktivität betrachtet werden, bei der die beiden Ziele – das Stillen des Appetits und der Genuss des Essens – befriedigt werden können (Kruglanski et al., 2013, S. 22) (vgl. Abbildung 3).

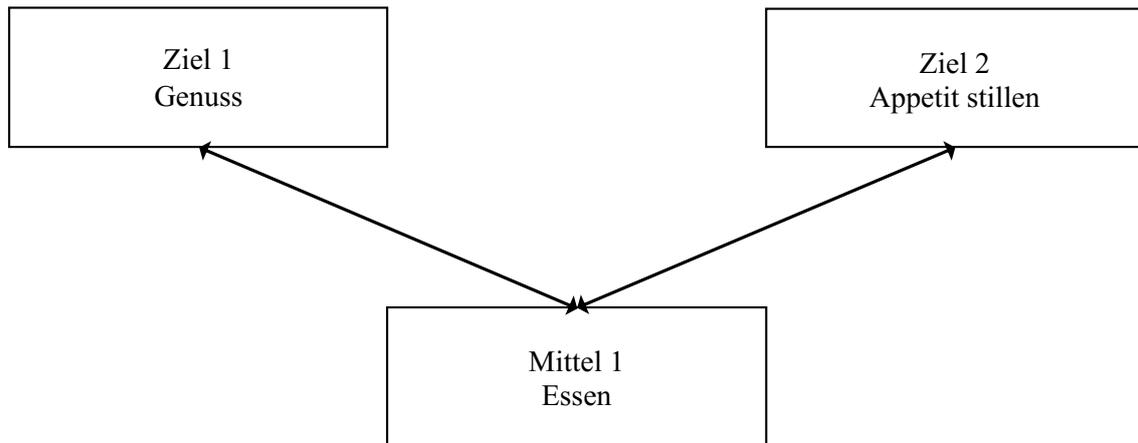


Abbildung 3 Multifinalität (eigene Darstellung in Anlehnung an Kruglanski et al. 2015, S. 71)

Die Essensaktivität (das Mittel) sowie das Stillen des Appetits und der Genuss des Essens (die Ziele) sind die inhaltlichen Komponenten dieser multifinalen Konfiguration (Kruglanski et al., 2013, S. 22). Die Struktur der Konfiguration besteht aus einem Mittel, das mit zwei Zielen verbunden ist. Dieselbe Konfiguration, die ein einziges Mittel mit zwei Zielen verbindet, kann auch mit zahlreichen anderen Mitteln und Zielen auftreten. Das heisst, die Anzahl der verbundenen Ziele ist nicht auf ein Mittel beschränkt (Kruglanski et al., 2013, S. 22). Bei multifinalen Mitteln gilt jedoch zu berücksichtigen, dass sich die Grösse der Multifinalitätsmenge (d. h. die Menge der damit verbundenen Ziele) auf den wahrgenommenen Wert eines bestimmten Mittels auswirken kann (Zhang et al., 2007, S. 389). Einerseits kann ein stark multifinales Mittel den Wert maximieren, weil gleichzeitig mehrere Ziele erreicht werden können (die Summe der Werte aller Ziele, denen es dient). Andererseits haben zahlreiche Verbindungen jedoch ihren Preis, denn es kann zu einem *Verwässerungseffekt* (das Hinzufügen weiterer Ziele zu einem einzigen Mittel führt dazu, dass ein Mittel im Hinblick auf die einzelnen Ziele subjektiv weniger instrumentell ist) kommen (Zhang et al., 2007, S. 389, 399). Dieser Effekt tritt vor allem dann auf, wenn nicht alle verbundenen Ziele mit dem multifinalen Mittel aktiviert sind. Hingegen tritt der Effekt nicht auf, wenn alle verbundenen Ziele gleichermassen aktiviert sind (Zhang et al., 2007, S. 399).

Wie erwähnt, treffen Menschen Entscheidungen oftmals aufgrund von unbewussten Überlegungen (Kruglanski et al., 2002, S. 31). Neben der Verfolgung eines fokalen Ziels wird eine multifinale Wahl oft von einer Vielzahl von latenten Zielen angetrieben

(Kruglanski et al., 2002, S. 31). Chun et al. (2011, S. 1135) konnten in ihrer Studie die Bedeutung der Multifinalität bei expliziten sowie impliziten Zielen nachweisen. Entscheidungen werden sowohl von den expliziten als auch von den impliziten Zielen beeinflusst. Getroffene Entscheidungen verlagern sich in Richtung Multifinalität, wenn mehrere Ziele gleichzeitig vorhanden sind (Chun et al., 2011, S. 1124).

### 3.2.1 Fleischersatzprodukte als multifinales Mittel im Kontext von Fleischkonsum

In Kapitel 2.4 wurde ersichtlich, dass Fleischkonsum in hohem Masse konfliktbelastet sein kann (Buttlar & Walther, 2019, S. 73). Dieser auftretende Konflikt stellt eine Herausforderung für Verbraucher dar. Zur Auflösung eines Zielkonflikts stehen unterschiedliche Möglichkeiten zur Verfügung. Erste Studien konnten einen kausalen Zusammenhang zwischen fleischbezogener Ambivalenz und der Reduzierung von Fleisch feststellen. In der Studie von Pauer et al., (2022, S. 1) konnte zudem nachgewiesen werden, dass induziertes Unbehagen aufgrund von Ambivalenz die Teilnehmer dazu motivierte, weniger Fleisch zu essen, wenn sie über ihre bestehenden inkongruenten Einstellungen nachdachten. Dabei legten die Autoren den Fokus auf das dauerhafte Bewusstsein von Konflikterfahrungen zwischen stabilen, aber inkongruenten Bewertungen von Fleisch und nicht auf situative Konflikte zwischen Verhalten und Wahrnehmung (Pauer et al., 2022, S. 18). Die Autoren kamen zum Schluss, dass die meisten Personen, bei denen eine anhaltende Ambivalenz in Bezug auf ihren Fleischkonsum auftritt, den Fleischkonsum dauerhaft reduzieren werden (Pauer et al., 2022, S. 18).

Die Goal-System-Theory bietet einen theoretischen Ansatz, der weitere neue Einblicke in das Verbraucherverhalten ermöglicht und soll aufgrund dessen als Grundlage für eine mögliche Auflösung des Konflikts von Fleischkonsum dienen (Kopetz et al., 201, S. 209). Die Teilnehmer der Studie von Chun et al. (2011) neigten dazu, sich häufiger für Gegenstände zu entscheiden, welche zwei Ziele verfolgten (das Ziel, das beste Paar Socken auszuwählen, und das Ziel, schnell eine Entscheidung zu treffen). Koepetz et al. (2011) untersuchten in ihrer Studie das gleichzeitige Verfolgen von Gewichtskontrolle und Essensgenuss als Ziele beim Essen. Dabei konnten sie nachweisen, dass, wenn beide Ziele im Vordergrund standen, Personen dazu neigten, Lebensmittel zu wählen, die schmackhaft, aber auch kalorienarm waren. Dies deutet darauf hin, dass im Essenskontext auf Multifinalität zurückgegriffen wird, um den Konflikt zwischen konfligierenden Zielen

aufzulösen (Koepetz et al., 2011, S. 181). Basierend auf diesen Überlegungen bedeutet dies für die Fragestellung der vorliegenden Arbeit, dass sich eine Person, welche z. B. den Geschmack von Fleisch sehr mag, aber auch den eigenen ökologischen Fussabdruck verringern möchte, für ein Produkt (z. B. Fleischersatz) entscheiden könnte, das beide Ziele erfüllt (Randers et al., 2021, S. 4). Fleischersatzprodukte weisen motivationale Treiber auf, welche einen auftretenden Konflikt beim Fleischkonsum auflösen könnten.

Die Eigenschaft der Multifinalität von Fleischersatzprodukten wird bereits in deren Definition ersichtlich. Wie in Kapitel 2.2 festgehalten, ahmen Fleischersatzprodukte Fleisch in Textur, Geschmack und Aussehen weitestgehend nach. Dies bedeutet, dass sie die Kerneigenschaften von Fleisch ohne eine Beeinträchtigung von Tierwohl, Gesundheit und Umwelt imitieren wollen (Apostolidis & McLeay, 2016, S. 76, 83; Bryant & Sanctorem, 2021, S. 9; Davitt et al., 2021, S. 564; Godfray et al., 2018, S. 6; Rööös et al., 2022, S. 6; Siegrist & Hartmann, 2019, S. 199; Varela et al., 2021, S. 7). So geben Fleischersatzprodukte die Möglichkeit, dem Wunsch nachzukommen, Tiere artgerecht zu halten und auf Tiertötung zu verzichten. Damit bieten sie aufgrund der Möglichkeit, das Ziel des Geschmacks sowie das des Tierwohls zu verfolgen, einen Ansatz, das Fleischparadox (Fleisch mögen vs. Tiertötung ablehnen) zu lösen. Des Weiteren geht aus der Literatur hervor, dass Fleischersatzprodukte aufgrund von Vorteilen in Bezug auf Umweltbelastung den Bedürfnissen der Verbraucher entsprechen (Apostolidis & McLeay, 2016, S. 83; Davitt et al., 2021, S. 564; Bryant & Sanctorem, 2021, S.9; Godfray et al., 2018, S. 6; Siegrist & Hartmann, 2019, S. 199; Varela et al., 2021, S.7). Zudem assoziieren Verbraucher Fleischersatzprodukte mit einem geringen Fettgehalt (Apostolidis & McLeay, 2016, S. 83). Die aufgeführten Ergebnisse der drei Treiber von Fleischersatzprodukten sind in Anhang A3 als Tabelle abgebildet.

Erste Studienergebnisse weisen darauf hin, dass Attribute von Gesundheit und Umwelt bei Fleischersatzprodukten positiv auf die Kaufabsicht von Fleischersatzprodukten ausübt (Jang & Cho, 2022, S. 1) Dieser Effekt wurde über die Einstellung der Verbraucher, die subjektiven Normen und die Verhaltenskontrolle vermittelt (Jang & Cho, 2022, S. 1). Zudem sind laut Gómez-Luciano et al. (2019, S. 8) Gesundheit, Nachhaltigkeit und Geschmack zentrale Faktoren von Fleischersatzprodukten, welche die Kaufbereitschaft beeinflussen. Weiter untersuchten Hwang et al. (2020, S. 9) Faktoren, die die

Kaufbereitschaft positiv beeinflussen. Die Studie zeigte, dass Nachhaltigkeit ein signifikanter Faktor für die Kaufbereitschaft von Fleischersatzprodukten war.

Es lässt sich schlussfolgern, dass die Wahl von Fleischersatzprodukten als Strategie dienen kann, um einen fleischbezogenen Konflikt aufzulösen. Hierbei besteht die Möglichkeit, dass Fleischersatzprodukte als multifinale Mittel dienen, welche Ziele in Bezug auf Umwelt, Gesundheit, Tierwohl sowie Geschmack erfüllen (vgl. Abbildung 4). Laut Collier et al. (2021, S. 2) ist ein weiterer Vorteil von Fleischersatzprodukten, dass sie der Herausforderung einer plötzlichen Ernährungsumstellung entgegenwirken, indem sie helfen, auf Fleischprodukte zu verzichten.

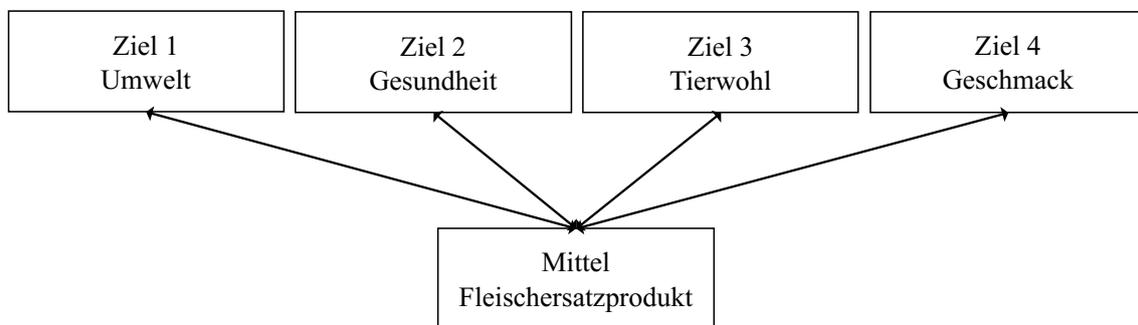


Abbildung 4 Multifunktionalität im Kontext von Fleischkonsum (eigene Darstellung in Anlehnung an Kruglanski et al. 2015, S. 71)

Es gilt dennoch zu berücksichtigen, dass Verbraucher Fleischersatzprodukte teilweise ablehnen, da ihnen oft der Geschmack und andere sensorische Eigenschaften fehlen (Michel et al., 2021, S. 6). Dabei lassen sich Unterschiede in den Ernährungsformen finden. Personen, die sich fleischlos ernähren, beurteilen Fleischersatzprodukte als schmackhafter gegenüber Fleischprodukten (Michel et al., 2021, S. 6). Omnivore und Flexitarier bewerten Fleischersatzprodukte gegenüber Fleisch hingegen als weniger schmackhaft (Michel et al., 2021, S. 6). Jedoch deuten neuere Studienergebnisse darauf hin, dass die allgemeine Zufriedenheit mit bestehenden Fleischersatzprodukten deutlich gestiegen ist (Bryant & Sanctorum, 2021, S. 7). Zudem wurden in den letzten Jahren neue Generationen von Fleischersatzprodukten entwickelt, welche sich auch spezifisch an Konsumenten richten, die gerne Fleisch essen (He et al., 2020, S. 1; Rubio et al., 2020, S. 2). Neue Generationen von Fleischersatzprodukten stellen dabei in Bezug auf Geschmack, Konsistenz und Nährwert einen nahezu gleichwertigen Ersatz für Fleisch dar (Penna Franca et al., 2022, S. 2; Rubio et al., 2020, S. 2).

## 4 Fazit

Im Rahmen der Literaturanalyse wurden verschiedene Forschungsbereiche erarbeitet. Dabei wurden in einem ersten Schritt omnivore versus pflanzenbasierte Ernährung sowie deren zugrundeliegenden Treiber und Barrieren untersucht. In einem zweiten Schritt wurde die Goal-System-Theory von Kruglanski et al. (2002, 2015) behandelt und in Verbindung mit möglichen Zielkonflikten bei Fleischkonsum und Lösungsstrategien gebracht.

Es galt, relevante motivationale Treiber und Barrieren von Fleisch herauszuarbeiten. Die Forschungsliteratur weist auf zahlreiche motivationale Treiber und Barrieren von Fleischkonsum hin. Bedeutende Haupttreiber für den Verzicht auf Fleisch stellen Umwelt, Gesundheit und Tierwohl dar (Apostolidis & McLeay, 2016, S. 76, 83; Bryant & Sanctorum, 2021, S. 9; Davitt et al., 2021, S. 564; Godfray et al., 2018, S. 6; Rööös et al., 2022, S. 6; Siegrist & Hartmann, 2019, S. 199; Varela et al., 2021, S. 7). Demgegenüber steht die Vorliebe für den Fleischgeschmack, welche die Konsumenten dazu bewegt, weiterhin Fleisch zu konsumieren (Hopwood et al., 2021, S. 9; Kemper & White, 2021, S. 1; Lea & Worsley, 2003, S. 505; Piazza et al., 2015, S. 114; Rööös et al., 2022, S. 1; Šedová et al.; 2016, S. 421). Das gleichzeitige Auftreten mehrerer Ziele kann dabei in einem Konflikt resultieren (Kopetz et al., 2012, S. 210). Erste neue Studienergebnisse deuten darauf hin, dass ein kontinuierlicher latenter Konflikt die Reduzierung von Fleischprodukten begünstigt (Pauer et al., 2022, S. 1). Daher besteht die Möglichkeit, dass eine Konfliktauflösung und eine damit einhergehende Reduktion von Fleisch anhand eines multifinalen Mittels, nämlich mit Fleischersatzprodukten, stattfinden kann (Pauer et al., 2022, S. 1; Randers et al., 2021, S. 4). Das wachsende Interesse an Fleischersatz zeigt sich sowohl bei Konsumenten und Lebensmittelherstellern als auch in der wissenschaftlichen Fachwelt (Kołodziejczak et al., 2021, S. 2). Erste Studienergebnisse deuten darauf hin, dass Umwelt- und Gesundheitsziele die Kaufintention von Fleischersatz positiv beeinflussen (Jang & Cho, 2022, S. 1). Aufgrund dessen soll untersucht werden, ob Fleischersatzprodukte helfen können, Zielkonflikte aufzulösen und gleichzeitig Ziele des Geschmacks, der Umwelt, der Gesundheit und des Tierwohls zu erfüllen und damit das *Beste aus beiden Welten* zu bieten (Jahn et al., 2021, S. 11).

Im Rahmen des vorliegenden Forschungskontexts können zwei Bereiche von Prädiktorvariablen festgehalten werden. Einerseits lassen sich Prädiktoren von **Zielen** zusammenfassen. Der Einfluss von Zielen auf die Kaufintention von Fleischersatzprodukten soll anhand der Hypothesen H1 bis H3 überprüft werden.

Andererseits lassen sich Prädiktoren von Zielkonflikten zusammenfassen. Basierend auf der Annahme, dass Fleischreduktion aufgrund eines dauerhaften Zielkonflikts begünstigt wird und multifinale Mittel oft von latenten Zielen angetrieben werden, soll in der folgenden Untersuchung der latente Zielkonflikte beim Fleischkonsum untersucht werden (Kruglanski et al., 2002, S. 31; Pauer et al., 2022, S. 18). Der Einfluss **latenter Zielkonflikte** auf die Kaufintention von Fleischersatzprodukten ist anhand der Hypothesen H4 bis H6 zu prüfen.

Demzufolge sollen in einem ersten Schritt Ziele, welche die Kaufintention von Fleischersatzprodukten begünstigen, einzeln betrachtet werden. In einem zweiten Schritt sollen diese Ziele, welche in Konflikt mit der Vorliebe für den Fleischgeschmack stehen, untersucht werden. Basierend auf dem Stand des Wissens und den Forschungsfragen lassen sich folgende Hypothesen ableiten, welche empirisch untersucht werden sollen:

#### **Einfluss Ziele auf die Kaufintention von Fleischersatzprodukten**

**H1:** Die Verfolgung von Tierwohlzielen hat einen positiven Einfluss auf die Kaufintention von Fleischersatzprodukten.

**H2:** Die Verfolgung von Gesundheitszielen hat einen positiven Einfluss auf die Kaufintention von Fleischersatzprodukten.

**H3:** Die Verfolgung von Umweltzielen hat einen positiven Einfluss auf die Kaufintention von Fleischersatzprodukten.

#### **Einfluss latenter Zielkonflikte auf die Kaufintention von Fleischersatzprodukten**

**H4:** Der latente Zielkonflikt Tierwohl und Geschmack beeinflusst die Kaufintention von Fleischersatzprodukten positiv.

**H5:** Der latente Zielkonflikt Gesundheit und Geschmack beeinflusst die Kaufintention von Fleischersatzprodukten positiv.

**H6:** Der latente Zielkonflikt Umwelt und Geschmack beeinflusst die Kaufintention von Fleischersatzprodukten positiv.

## **5 Methodik**

Im folgenden Kapitel wird zu Beginn das gewählte Forschungsdesign vorgestellt. Anschliessend folgt die Operationalisierung. Darin werden die verwendeten Messskalen, der Aufbau und Ablauf des Fragebogens, mögliche Fehlerquellen, der durchgeführte Pretest sowie die Datenerhebung und Stichprobe erläutert.

### **5.1 Forschungsdesign**

Für die Überprüfung der aufgestellten Hypothesen wurde eine quantitative Datenerhebung in Form einer standardisierten Onlinebefragung durchgeführt. Die Befragung wurde mit der Onlineumfragesoftware Qualtrics erstellt und ausgeführt (Qualtrics, 2022). Der schriftliche Onlinefragebogen ist eine der bedeutendsten vollstrukturierten Befragungstechniken (Couper, 2011, S. 890). Der Hauptvorteil besteht in der grossen Effizienz des Verfahrens (Brandenburg & Thielsch, 2009, S. 29; Döring & Bortz, 2016, S. 414). Zudem haben elektronische Fragebogen den Vorteil, dass eine Filterung automatisch durchgeführt, eine Anzeigelogik festgelegt, Ausfülldatum und -zeit automatisch registriert und Vollständigkeits- sowie Plausibilitätschecks durchgeführt werden können (Döring & Bortz, 2016, S. 414). Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, anhand einer Befragung Motive sowie Einstellungen zu erfragen (Hussy et al., 2013, S. 71). Demgegenüber treten bei Onlinebefragungen Nachteile auf in Bezug auf die Abhängigkeit von mobilen Geräten und Internetzugang, der Motivation zur Teilnahme an der Befragung sowie eine geringere Ausschöpfungsquote (Döring & Bortz, 2016, S. 414; Wagner & Hering, 2014, S. 663). Ein seriöser Fragebogen sowie ein informatives und motivierendes Anschreiben können den genannten Nachteilen entgegenwirken (Wagner & Hering, 2014, S. 663).

### **5.2 Operationalisierung**

Damit die Hypothesen bzw. Variablen geprüft werden können, müssen diese erfasst und operationalisiert werden (Hussy et al., 2013, S. 39). Operationalisierung bezeichnet dabei die Übersetzung von theoretischen Begriffen in Indikatoren (Stein, 2019, S. 138). Indikatoren können je nach Informationsgehalt auf unterschiedlichen Messniveaus gemessen werden (nominal-, ordinal-, intervall- und ratioskaliert) (Stein, 2019, S. 138). Theoretische Konzepte können anhand mehrerer Indikatoren erfasst werden, indem auf etablierte psychometrische Skalen zurückgegriffen wird (Döring & Bortz, 2016, S. 222). Etablierte

Messinstrumente haben den Vorteil, dass die drei Hauptgütekriterien Objektivität, Reliabilität und Validität gegeben sind (Döring & Bortz, 2016, S. 407; Moosbrugger & Kelava, 2020, S. 17) (vgl. Kapitel 6.4). Aufgrund dessen wurde bei der Auswahl der Skalen darauf geachtet, auf bereits etablierte Skalen zurückzugreifen. Einige Fragen wurden ergänzend formuliert oder dem Forschungsszenario angepasst. Die Originalskalen lagen in englischer Sprache vor und wurden ins Deutsche übersetzt. Anschliessend wurde die Übersetzung von einer unabhängigen Person mit umfassenden Englischkenntnissen (C2-Niveau) überprüft (Döring & Bortz, 2016, S. 407) (vgl. Anhang B1).

Der Onlinefragebogen enthält geschlossene, quasigeschlossene sowie offene Items (Döring & Bortz, 2016, S. 408). Der Hauptteil des Fragebogens wies geschlossene Items auf, wobei die Teilnehmer aus vorgegebenen Antwortmöglichkeiten wählten. Die Items wurden durchgehend auf einer unipolaren Ratingskala gemessen. Eine unipolare Ratingskala beinhaltet ein Merkmal, welches von gering bis stark ausgeprägt sein kann (Hussy et al., 2013, S. 78). Alle verwendeten Items wurden anhand einer fünfstufigen Likert-Skala gemessen. Die gewählte Anzahl an Stufen hat sich in der Praxis bewährt (Hussy et al., 2013, S. 78). Ein vermehrter Wechsel der Stufen führt zu einer hohen kognitiven Anstrengung der Teilnehmer, weshalb einheitliche Antwortstufen gewählt wurden. Einheitliche Antwortmöglichkeiten bringen nicht nur für die Teilnehmer Vorteile, sondern führen auch zu einer besseren Datenqualität (Döring & Bortz, 2016, S. 410). Die Beschriftung der Antwortmöglichkeiten wurde sowohl durch numerische als auch verbale Marken gekennzeichnet. Numerische Marken haben den Vorteil, dass sie eindeutig sind (Hussy et al., 2013, S. 78). Verbale Marken haben hingegen den Vorteil, dass sie leichter verständlich sind (z. B.: 1 = *stimme überhaupt nicht zu* / 2 = *stimme teilweise nicht zu* / 3 = *weder noch* / 4 = *stimme teilweise zu* / 5 = *stimme voll zu*) (Hussy et al., 2013, S. 78). Die Likert-Skala wird normalerweise dem Intervallskalenniveau zugeschrieben (Döring & Bortz, 2016, S. 469).

Für die Erfassung des Alters wurde ein quasigeschlossenes Item verwendet. Die Antwort kann hierbei vom Teilnehmer frei angegeben werden, jedoch ist der Antwortraum begrenzt (Döring & Bortz, 2016, S. 408).

Zudem umfasste der Fragebogen drei offene Items. Die Teilnehmer konnten die Antwort in eigenen Worten verfassen. Offene Items wurden hinzugezogen, da diese Aufschluss über interessante Sachverhalte geben (Döring & Bortz, 2016, S. 408).

### 5.2.1 Messskalen der hypothesengeleiteten Variablen

Die folgenden vorgestellten Konstrukte konzentrieren sich auf die zu prüfenden Hypothesen. Ein tabellarischer Überblick über die verwendeten Single- und Multi-Item-Skalen zur Erfassung der Variablen sowie die vorgenommene Codierung zur Auswertung der Daten sind in Anhang B2 ersichtlich. Für alle verwendeten Multi-Item-Skalen wurde für die anschließende Auswertung ein Mittelwert berechnet und als Variable zusammengefasst.

**UV – Tierwohl, Gesundheit, Umwelt:** Eine der Hauptbarrieren von Fleischkonsum sind Motive der Gesundheit, der Umwelt und des Tierwohls (vgl. Kapitel 2.3.2). Zur Operationalisierung der Variablen Umwelt, Gesundheit und Tierwohl wurde auf den *Vegetarian Eating Motives Inventory* (VEMI) von Hopwood et al. (2020, S. 5) zurückgegriffen. Damit werden unterschiedliche Motive ermittelt, weshalb Verbraucher auf eine pflanzenbasierte Ernährung umstellen (Hopwood et al., 2020, S. 13). Die Skala weist eine robuste Faktorenstruktur auf, einschliesslich Messinvarianz über drei Stichproben hinweg, in zwei Sprachen und sowohl bei Männern als auch Frauen (Hopwood et al., 2020, S. 12). Darüber hinaus liegt interne Konsistenz vor. Die Cronbachs-Alpha-Schätzungen der drei Stichproben wiesen jeweils .88, .91 und .89 für die Gesundheitsskala auf, .90, .94 und .92 für die Umweltskala sowie .93, .96 und .94 für die Tierwohlskala (Hopwood et al., 2020, S. 7). Dies lässt auf eine hohe Reliabilität schliessen (Peterson, 1994, S. 388). Zur Messung des Konstrukts liegen 15 Items vor. Aufgrund des durchgeführten Pretests wurde ein unverständliches Item ausgeschlossen (vgl. Kapitel 5.2.5).

**UV – Geschmack:** Ein zentraler Haupttreiber von Fleischkonsum ist der Geschmack (vgl. Kapitel 2.3.1). Für die Operationalisierung des Konstrukts Geschmack wurden zwei Messinstrumente verwendet. Hierbei wurde das Motiv des Geschmacks anhand der 4N-Skala von Piazza et al. (2015, S. 124) gemessen. Diese Skala enthält insgesamt 16 Items und erfasst die vier Hauptmotive Geschmack, Norm, Natürlichkeit und Notwendigkeit (Piazza et al. 2015, S. 124). Laut Döring und Bortz (2016, S. 407) können aus umfangreichen Skalen auch Kurzskalen entnommen werden. Aufgrund dessen wurde für die

Erfassung der Variable des Geschmacks die Subskala entnommen. Die verwendete Subskala von Piazza et al. (2015, S. 124) zur Messung des Konstrukts Geschmacks besteht aus vier Fragen. Die Subskala weist eine Reliabilität (Cronbachs Alpha) von .84 auf (Piazza et al., 2015, S. 118).

Als zusätzliche Erfassung des Konstrukts wurden nebst der Skala von Piazza et al. (2015) die Fragen von Rothgerber (2014) übernommen. Die Skala von Rothgerber (2014) lehnt sich an die Fragen der Studie von Rozin et al. (1997) an. In der Studie von Rothgerber (2014) wurde die Einstellung gegenüber Fleisch und Tieren bei Vegetariern und Flexitariern verglichen. Die Skala besteht aus vier Items und fragt nach den physikalischen Dimensionen von Fleisch in Bezug auf Geschmack, Aussehen, Textur und Geruch (Rothgerber, 2014, S. 101).

**UV – Latenter Zielkonflikt:** Obwohl häufig davon ausgegangen wird, dass Ziele aktiv und bewusst verfolgt werden, können diese gleichermassen unbewusster Natur sein (Kopetz & Orehek, 2015, S. 387). Um den latenten Zielkonflikt zwischen unterschiedlichen Motiven erfassen zu können, wurde auf die Berechnungsformel und Auswertungsgrundlage von Furchheim et al. (2020, S. 6) zurückgegriffen, welche sich an die Formel von Thompson et al. (1995, S. 369) anlehnt. Furchheim et al. (2020, S. 1) untersuchten einerseits den Wertekonflikt zwischen materialistischem und grünem Konsumentenverhalten und andererseits die potenziellen negativen Auswirkungen. Die Formel wurde im vorliegenden Kontext verwendet, um jeweils den motivationalen Konflikt des Geschmacks und der drei Motive Tierwohl, Gesundheit und Umwelt zu berechnen.

Die Formel für die Berechnung des Zielkonflikts Tierwohl und Geschmack sieht folgendermassen aus:

*Formel 1 Zielkonflikt Tierwohl – Geschmack (eigene Darstellung in Anlehnung an Furchheim et al., 2020, S. 6; Thompson et al., 1995, S. 369)*

$$\text{Zielkonflikt} = \frac{\text{Tierwohl} + \text{Geschmack}}{2} - |(\text{Tierwohl} - \text{Geschmack})|$$

Die Formel für die Berechnung des Zielkonflikts Gesundheit und Geschmack lautet wie folgt:

Formel 2 Zielkonflikt Gesundheit – Geschmack (eigene Darstellung in Anlehnung an Furchheim et al., 2020, S. 6; Thompson et al., 1995, S. 369)

$$\text{Zielkonflikt} = \frac{\text{Gesundheit} + \text{Geschmack}}{2} - |(\text{Gesundheit} - \text{Geschmack})|$$

Die Formel für die Berechnung des Zielkonflikts Umwelt und Geschmack sieht folgendermassen aus:

Formel 3 Zielkonflikt Umwelt – Geschmack (eigene Darstellung in Anlehnung an Furchheim et al., 2020, S. 6; Thompson et al., 1995, S. 369)

$$\text{Zielkonflikt} = \frac{\text{Umwelt} + \text{Geschmack}}{2} - |(\text{Umwelt} - \text{Geschmack})|$$

Für die Konstrukte Tierwohl, Gesundheit, Umwelt und Geschmack wurde auf die vorgestellten Skalen zurückgegriffen. Es gilt anzumerken, dass die Reihenfolge der Konstrukte in der Formel willkürlich ist und ein Wechsel der Reihenfolge den Konfliktwert nicht verändert (Furchheim et al., 2020, S. 6). Die Konstrukte wurden auf einer fünfstufigen Likert-Skala gemessen. Eine hohe Ausprägung eines Zielkonflikts liegt vor, wenn ein Teilnehmer beide Konstrukte hoch bewertet (Furchheim et al., 2020, S. 6). Im Extremfall eines Zielkonflikts, d. h., wenn beide Konstrukte mit dem höchsten Wert beantwortet werden ( $5 = \text{stimme voll zu}$ ), ergibt das Resultat der Formel einen Wert von 5. Die Werte und somit der berechnete Zielkonflikt fallen geringer aus, wenn eine Person geringer ausgeprägte Antworten gibt, z. B., wenn ein Teilnehmer sowohl beim Konstrukt Tierwohl als auch beim Geschmack 2 ( $\text{stimme teilweise nicht zu}$ ) wählt. In diesem Fall ergibt die Formel einen Zielkonfliktwert von 2. Zudem liegt ein geringer Zielkonfliktwert vor, wenn der Teilnehmer nur einseitig einem Konstrukt zustimmt. Beispielsweise ist das Geschmacksmotiv sehr ausgeprägt ( $5 = \text{stimme voll zu}$ ), hingegen wird das Motiv des Tierwohls ( $1 = \text{stimme überhaupt nicht zu}$ ) überhaupt nicht vertreten. In diesem Fall liegt ein Zielkonfliktwert von  $-1$  vor. Der Wert  $-1$  ist zugleich der geringste Zielkonfliktwert, welcher erreicht werden kann. Der höchste Zielkonfliktwert beträgt 5 (beide Antworten finden volle Zustimmung,  $5 = \text{stimme voll zu}$ ). Um die Zielkonflikte einfacher interpretieren zu können, wurden die Skalen umgewandelt (von kein Konflikt =  $-1$  bis hoher Konflikt = 5) (Furchheim et al., 2020, S. 6). Dabei wurden die Werte so umgewandelt, dass der neue Bereich zwischen 0 (kein Zielkonflikt) und 1 (hoher Zielkonflikt) liegt. Die Umwandlung der Skalen wurde mit folgender Formel vorgenommen:

Formel 4 Umwandlung Skalen (eigene Darstellung in Anlehnung an Furchheim et al., 2020, S. 6).

$$\text{umgewandelter Zielkonflikt} = \frac{\text{Zielkonflikt} + 1}{6}$$

Die umgewandelten Wertekonfliktvariablen sind weiterhin ein metrisches Mass (Furchheim et al., 2020, S. 6). Die vorgenommene Berechnung sowie die Neuskalierung der Zielkonfliktvariable sind in Anhang C1 ersichtlich.

**AV – Kaufintention Fleischersatzprodukte:** Die Kaufintention von Fleischersatzprodukten wurde anhand der Skala von Jang und Cho (2022, S. 9) erfasst. Jang und Cho (2022, S. 6) lehnten ihre Skala an Al-Swidi et al. (2014) und Hu et al. (2004) an. In der Studie wurden relevante Attribute von Fleischersatzprodukten untersucht, welche die Kaufabsicht der Konsumenten in Verbindung mit Einstellung, subjektiven Normen und Verhaltenskontrolle positiv beeinflussten (Jang & Cho, 2022, S. 1). Die Skala von Jang und Cho (2022, S. 9) umfasst vier Items und weist ein Cronbachs Alpha von .913 auf. Im Rahmen dieser Befragung mussten für den Kontext Anpassungen in der Formulierung vorgenommen werden. Zudem wurde ein Item aufgrund der Unverständlichkeit in der deutschen Übersetzung sowie des unpassenden Kontexts entfernt.

**Erlebter situativer Zielkonflikt:** Wie in Kapitel 3.2 beschrieben, treten Ziele sowie Zielkonflikte ebenfalls in bewusster Form auf. Um das Konstrukt des erlebten situativen Zielkonflikts zu messen, wurde die Skala von Burroughs und Rindfleisch (2002) verwendet. Burroughs und Rindfleisch (2002, S. 348) nutzten die Skala, um den Wertekonflikt zwischen materialistischen und kollektiv orientierten Werten wie Familienwerten zu untersuchen. Die Multi-Item-Skala bestand aus neun Items und wies eine Cronbachs-Alpha-Schätzung von .93 auf (Burroughs & Rindfleisch, 2002, S. 363).

Im Rahmen dieser Befragung mussten die Teilnehmer zweimal eine Entscheidung treffen. Aufgrund dessen wurde der erlebte Zielkonflikt in der Befragung zweimal erfasst. Damit der Fragebogen zeitlich angemessen blieb, wurden für die Erfassung des Konstrukts sechs von neuen Items verwendet (Döring & Bortz, 2016, S. 407). Ein Item wurde invers kodiert erfasst und bei der Datenaufbereitung invertiert.

### 5.2.2 Messskalen der weiterführenden Variablen

Im folgenden Abschnitt werden die zusätzlich erfassten Fragen aufgezeigt, welche für eine weiterführende statistische Auswertung und Erkenntnisgewinnung dienen, jedoch nicht Schwerpunkt für die Hypothesenüberprüfung waren.

Das *Mögen von Fleisch* wurde anhand einer eigens formulierten Single-Item-Frage abgefragt. Dabei wurde den Teilnehmer die Frage gestellt, wie sehr sie Fleisch mögen. Sie wurden zudem gefragt, ob sie bereits *Erfahrungen mit Fleischersatzprodukten* gemacht haben. Diese Frage wurde ebenfalls in Form einer eigens formulierten Single-Item-Frage gestellt. Nebst der Erfahrung mit Fleischersatzprodukten wurden die Teilnehmer über die *Wahrscheinlichkeit, fleischhaltige sowie fleischlose Produkte* zu kaufen, befragt. Die Teilnehmer mussten die Frage beantworten, wie wahrscheinlich es für sie wäre, dass sie sich in einer ähnlichen Situation wie im vorgestellten Entscheidungsszenario für einen Fleisch-, Gemüse- oder Fleischersatzproduktspieß entscheiden würden. Damit vertieft Aufschluss über die Beweggründe und Motive der getroffenen Entscheidung gegeben werden konnte, hatten Personen die Möglichkeit, *Freitext-Fragen* zu beantworten. Dabei wurden sie gebeten, über die Entscheidung der Optionen nachzudenken und mitzuteilen, weshalb sie sich für die gewählte Option entschieden haben und welche Gedanken sie bei der Entscheidung geleitet hat. Mithilfe von Codierung wurden die Freitext-Fragen ausgewertet (vgl. Anhang C12). Codieren ist eines der am häufigsten genutzten qualitativen Auswertungsverfahren (Hussy et al., 2013, S. 253). Beim Codieren wird das Ziel verfolgt, Texte unter einer bestimmten Betrachtungsweise zu analysieren (Hussy et al., 2013, S. 253). Die Codierungsmethode eignet sich für das Vergleichen mehrerer Texte. Bei der Codierung wurde induktiv vorgegangen, d. h., die Codes werden aus dem Textmaterial abgeleitet und den jeweiligen Textpassagen zugeordnet (Hussy et al., 2013, S. 253). Die Codierung bietet den Vorteil, dass individuelle Bedeutungsaspekte einbezogen werden können, jedoch muss berücksichtigt werden, dass Textstellen unterschiedlich codiert werden können und somit die Gefahr der Subjektivität besteht (Hussy et al., 2013, S. 255).

### 5.2.3 Aufbau des Fragebogens und Ablauf der Befragung

Der Aufbau des Fragebogens gliederte sich in sieben Teile. Die Umfrage begann mit der Begrüssung, wobei die Teilnehmer darauf hingewiesen wurden, die Fragen spontan und nach bestem Wissen zu beantworten. Der erste Block diente dazu, die Ernährungsformen

der Teilnehmer zu erfassen. Dabei wurde die Ernährungsform einerseits anhand der selbsteingeschätzten Zugehörigkeit zur Ernährungsgruppe (*omnivor, flexitarisch, vegetarisch, vegan oder sonstiges*) und andererseits über die Häufigkeit des Fleischkonsums abgefragt (*nie, selten, einmal pro Woche, mehrmals pro Woche, täglich*). Der zweite Block begann mit einem Einstiegsszenario. Hierbei wurden den Teilnehmer Stimmungsbilder gezeigt. Ihnen wurde mitgeteilt, dass die Grillsaison wieder eröffnet ist und sie dafür einkaufen gehen sollen. In einem weiteren Schritt mussten sich die Teilnehmer zwischen einem Fleisch- und einem Gemüsespiess entscheiden. Nach der getroffenen Entscheidung wurde anhand der Skala von Burroughs und Rindfleisch (2002) der erlebte Zielkonflikt abgefragt. Danach wurde den Teilnehmern eine Freitext-Frage angezeigt, um die Beweggründe hinter der getroffenen Entscheidung genauer erläutern zu können. Im dritten Block wurden die Teilnehmer darauf hingewiesen, dass zusätzlich zum Fleisch- und Gemüsespiess eine weitere Option zur Verfügung steht. Hierbei handelte es sich um einen Fleischersatzspiess. Gleich wie im zweiten Block wurde der erlebte Zielkonflikt anhand von Burroughs und Rindfleisch (2002) und einer Freitext-Frage über die Beweggründe abgefragt. Anschliessend musste der Teilnehmer sich nochmals in das Szenario versetzen und beantworten, wie wahrscheinlich es wäre, in einer ähnlichen Situation fleischhaltige sowie fleischlose Produkte zu kaufen. Im vierten Block wurden die Variablen zum Thema Fleischersatzprodukt behandelt. Zu Beginn wurde eine allgemeine Einstiegsfrage gestellt. Hierbei wurden die Teilnehmer gefragt, ob sie bereits Erfahrung mit Fleischersatzprodukten haben. Im Anschluss wurde die Kaufintention von Fleischersatzprodukten anhand der Skala von Jang und Cho (2022, S. 9) abgefragt. Im fünften Block wurde das Motiv des Geschmacks in Bezug auf Fleisch erfasst. Mit der Einstiegsfrage wurde das Mögen von Fleisch thematisiert. Anschliessend wurde der Geschmack anhand der Skalen von Piazza et al. (2015) und Rothgerber (2014) ermittelt. Der sechste Block umfasste die Motive Tierwohl, Umwelt und Gesundheit. Die Items der drei Motive wurden in gemischter Form präsentiert. Der siebte und letzte Block enthielt demographische Fragen. Hierbei wurden die Teilnehmer nach ihrem Alter, Geschlecht und Bildungsniveau gefragt. Der Fragebogen endete damit, dass die Personen Anmerkungen oder Kommentare hinterlassen konnten, und einer Danksagung für die Teilnahme an der Umfrage. Einen Überblick über den Aufbau des Fragebogens und den Ablauf der Befragung bietet Tabelle 2. Der gesamte Fragebogen ist in Anhang B3 ersichtlich.

Tabelle 2 Aufbau des Fragebogens und Ablauf der Befragung

<b>Aufbau Fragebogen</b>
Begrüßung
Block 1: Ernährungsformen <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ernährungsformen – EN</li> <li>- Häufigkeit Fleischkonsum – EN.Häufig</li> </ul>
Block 2: Szenario 1 <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wahl fleischhaltiges oder vegetarisches Produkt – Wahl1</li> <li>- Variable Value Conflict – Wahl1.VC</li> <li>- Freitext-Frage Begründung – Wahl1.Wieso</li> </ul>
Block 3: Szenario 2 <ul style="list-style-type: none"> <li>- Wahl fleischhaltiges, vegetarisches Produkt oder Fleischersatzprodukt – Wahl2</li> <li>- Value Conflict – Wahl2.VC</li> <li>- Freitext-Frage Begründung – Wahl2.Wieso</li> <li>- Wahrscheinlichkeit Produktwahl – Wahl2.Wahrsch</li> </ul>
Block 4: Fleischersatzprodukt <ul style="list-style-type: none"> <li>- Erfahrung – FBMA.Erf</li> <li>- Intention – FBMA.Inten</li> </ul>
Block 5: Motive Geschmack <ul style="list-style-type: none"> <li>- Geschmack Mögen – Geschm.Mögen</li> <li>- Geschmack – Geschm.Nice</li> <li>- Geschmack Dimension – Geschm.Dim</li> </ul>
Block 6: Motive Umwelt, Tierwohl, Gesundheit <ul style="list-style-type: none"> <li>- Umwelt – VEMI.E</li> <li>- Tierwohl – VEMI.A</li> <li>- Gesundheit – VEMI.H</li> </ul>
Block 7: Demographische Angaben <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alter – Alter</li> <li>- Geschlecht – Sex</li> <li>- Bildung – Bildung</li> </ul>
Offenes Kommentarfeld – Kommentar
Schluss

#### 5.2.4 Mögliche Fehlerquellen

Beim Ausfüllen von Befragungen kann eine Reihe von typischen Fehlern auftreten (Moosbrugger & Kelava, 2012, S. 57). Im folgenden Abschnitt werden häufige Fehlerquellen vorgestellt, welche berücksichtigt werden müssen.

Soziale Erwünschtheit kann dazu führen, dass Ergebnisse verfälscht werden, indem Personen, welche sich sozial erwünscht verhalten, eher Meinungen und Einstellungen angeben, von denen sie glauben, dass sie mit den Meinungen anderer Personen

übereinstimmen (Moosbrugger & Kelava, 2020, S. 82). Es liegt nahe, dass Bedenken hinsichtlich sozialer Erwünschtheit verstärkt zu Themen in Bezug auf Umwelteinstellungen und ökologisches Verhalten auftreten. Milfont (2009, S. 268) kommt jedoch zum Schluss, dass soziale Erwünschtheit lediglich einen geringen Einfluss auf die Fragen zu Umweltthemen hat. Soziale Erwünschtheit tritt darüber hinaus bei schriftlichen Befragungen seltener auf als bei mündlichen Interviews, da die subjektive Anonymität aufgrund eines fehlenden Testleiters eher sichergestellt ist (Moosbrugger & Kelava, 2020, S. 82). Zudem kann ein verzerrtes Antwortverhalten verringert werden, indem den Teilnehmern bei der Befragung Anonymität zugesichert wird (Moosbrugger & Kelava, 2020, S. 82).

Eine weitere Urteilsverzerrung stellt der Reihenfolge-Effekt dar (Döring & Bortz, 2016, S. 254; Hussy et al., 2013, S. 80). Diese Verzerrung tritt auf, wenn die Beurteilung eines Objektes von der Beurteilung eines vorherigen Objektes beeinflusst wird (Hussy et al., 2013, S. 80). Beispielsweise wird bei wahrgenommener Unähnlichkeit verzerrt in die entgegengesetzte Richtung geantwortet (Döring & Bortz, 2016, S. 254; Hussy et al., 2013, S. 80). Die Problematik bei der Befragung bestand darin, dass Teilnehmer, welche zuerst ihre Motivation zu Gesundheit, Umwelt und Tierwohl offenbarten, nachfolgend die Fragen in Bezug auf die Vorliebe für Fleisch möglicherweise nicht mehr wahrheitsgemäss beantworten würden. Aufgrund dessen wurde zuerst die Vorliebe für den Geschmack von Fleisch abgefragt und nachfolgend wurden die Motive Gesundheit, Umwelt und Tierwohl thematisiert.

Zudem können aufgrund mangelnder Aufmerksamkeit Messfehler bei der Befragungsperson entstehen (Döring & Bortz, 2016, S. 386). Um der Problematik der mangelnden Aufmerksamkeit entgegenzuwirken, wurden den Probanden mehrmals offene Fragen gestellt, welche von den Teilnehmern aktiv und selbstständig beantwortet werden mussten.

### 5.2.5 Pretest

Pretests werden in der empirischen Sozialforschung und vor allem bei der Umfrageforschung als Standard durchgeführt (Weichbold, 2014, S. 299). Pretests sind notwendig, weil bei quantitativen Befragungen der Fragebogen und das Befragungsdesign nach der Veröffentlichung nicht mehr verändert werden können (Weichbold, 2014, S. 299). Das Ziel eines Pretests ist es, denkbare Probleme beim Ausfüllen des Fragebogens zu

identifizieren und die Datenerhebung vor dem Beginn der Befragung zu verbessern (Döring & Bortz, 2016, S. 411; Weichbold, 2014, S. 299).

Ein Pretest wurde bei vier Personen durchgeführt. Hierbei gaben die befragten Personen Änderungswünsche bezüglich der Verständlichkeit einzelner Items (vgl. Kapitel 5.2.1), der Dauer der Umfrage sowie der visuellen Auflösung einzelner Bilder an. Die vorgeschlagenen Verbesserungen wurden entsprechend vorgenommen. Darüber hinaus wurden die Kriterien des Geschlechts und Alters berücksichtigt (Häder, 2015). Der Pretest wurde von zwei männlichen sowie zwei weiblichen Personen durchgeführt. Das Alter der Befragten lag zwischen 26 und 64 Jahren.

#### **5.2.6 Datenerhebung und Stichprobe**

Die Befragung wurde zwischen 10. Mai und 17. Mai 2022 durchgeführt. Die Zielpopulation bildeten Personen, welche Fleisch konsumieren (Döring & Bortz, 2016, S. 292). An der Befragung konnten alle Personen teilnehmen, welche Fleisch konsumieren, sowie Personen, welche auf Fleisch verzichten. Die Teilnehmer mussten zudem über zehn Jahre alt sein. Die erhobene Stichprobe zeichnet sich durch eine nichtprobabilistische Methode aus. Bei nichtprobabilistischen Methoden wird die Stichprobenauswahl nicht nach einem statistischen Zufallsverfahren erhoben (Döring & Bortz, 2016, S. 294). Die vorliegende Stichprobe wird einer Gelegenheitsstichprobe zugeschrieben. Eine Gelegenheitsstichprobe (*convenience sample*) besteht aus Teilnehmern, die leicht verfügbar und erreichbar sind (Döring & Bortz, 2016, S. 305; Higginbottom, 2004). Die Umfrage wurde von der Autorin im Bekanntenkreis und an Arbeitskollegen versendet sowie auf LinkedIn veröffentlicht und von diversen Personen geteilt. Für die Teilnahme an der Befragung wurde keine Entschädigung geboten.

## 6 Analyse und Resultate

Im folgenden Kapitel werden zu Beginn die Aufbereitung und Bereinigung des Datensatzes sowie die Beschreibung der Stichprobe behandelt. Anschliessend werden die Hauptgütekriterien sowie die Voraussetzungen für die vorgenommenen Analysen geprüft. In einem nächsten Schritt werden die aufgestellten Hypothesen mittels Regressions- und Mediationsanalyse getestet. Abschliessend werden die Ergebnisse der weiterführenden Analysen zusammengefasst.

### 6.1 Aufbereitung und Bereinigung des Datensatzes

Die Befragungsdaten wurden mit SPSS Statistics Premium 28.0 ausgewertet. Für die Prüfung der Hypothesen wird von einem 5%-Signifikanzniveau als Falsifikationskriterium ausgegangen (Döring & Bortz, 2016, S. 180; Hussy et al., 2013, S. 664).

Vor der Datenanalyse muss die Datenaufbereitung vorgenommen werden (Döring & Bortz, 2016, S. 580). An der durchgeführten Befragung nahmen 167 Personen teil. Als erstes Ausschlusskriterium galt es, Datensätze von Teilnehmenden zu entfernen, welche die Umfrage nicht vollständig ausgefüllt haben. Aufgrund dessen wurden 28 Datensätze entfernt. Ein Datensatz, in dem die Umfrage zu 98 % ausgefüllt wurde, wurde beibehalten. Weiter wurde ein Plausibilitätscheck durchgeführt. Hierbei wurden auf systematische Antwortmuster, z. B. die Tendenz zur Mitte oder Extremkreuzer, geachtet (Döring & Bortz, 2016, S. 590). Es lagen keine stereotypen Antwortmuster vor. Zudem wurde der Datensatz auf Ausreisser überprüft. Es wurden keine extremen Ausreisser und nur wenige leichte Ausreisser gefunden, welche vernachlässigt werden können. Ausreisserwerte stellen zudem ein geringeres Problem dar, wenn der Wertebereich einer Variablen beschränkt ist (Döring & Bortz, 2016, S. 682). Dies ist z. B. bei Ratingskalen der Fall (Döring & Bortz, 2016, S. 682).

Da in der Studie der Zielkonflikt von Fleischkonsum untersucht und ermittelt wird, ob der Zielkonflikt anhand eines multifinalen Mittels (Fleischersatzprodukt) aufgelöst werden kann, wurde ein weiteres Ausschlusskriterium definiert. Hierbei wurden Teilnehmer bei der Auswertung ausgeschlossen, welche laut Angaben *nie Fleisch konsumieren*. Diese Teilnehmer wurden ausgeschlossen, weil sie vor keiner Entscheidung und damit auch vor keinem Zielkonflikt mehr stehen, um auf Fleisch zu verzichten. Es wird angenommen,

dass bei diesen Personen die Entscheidung immer auf eine fleischlose Wahl fällt. Deshalb wurden 19 Personen aus der Analyse ausgeschlossen (vgl. Anhang C2). Nach der Bereinigung lagen 120 gültige Datensätze für die Auswertung vor.

Nach der Datenaufbereitung wurde die Datentransformation vorgenommen (Döring & Bortz, 2016, S. 580). Hierbei wurden Reverse-Coded-Items invertiert. In einem nächsten Schritt wurden die in Kapitel 5.2.1 vorgestellten Berechnungen für den latenten Zielkonflikt durchgeführt.

## **6.2 Stichprobenbeschreibung**

In der Befragung wurden das Geschlecht, das Alter, das Bildungsniveau, die Ernährungsform sowie die Häufigkeit des Fleischkonsums erfasst (vgl. Anhang C3). Die Teilnehmer ( $n = 120$ ) waren zu 50 % ( $n = 60$ ) männlich und zu 48.3 % ( $n = 58$ ) weiblich. 1.7 % ( $n = 2$ ) gaben an, einem anderen Geschlecht zuzugehören. Das durchschnittliche Alter der Befragten betrug 37.84 Jahre ( $SD = 14.77$ ). Die Spannweite beträgt 70 Jahre. Die Teilnehmer waren zwischen 21 und 91 Jahren alt. 9.2 % ( $n = 11$ ) der Probanden verfügen über einen Lehrabschluss, 12.5 % ( $n = 15$ ) haben die Berufsmaturität, gymnasiale Maturität oder das Abitur abgeschlossen. 26.7 % ( $n = 32$ ) gaben an, einen Bachelorabschluss, und 35 % ( $n = 42$ ), einen Masterabschluss erlangt zu haben. 11.7 % ( $n = 14$ ) führten an, über ein Doktorat, und 5 % ( $n = 6$ ), über einen anderen Abschluss zu verfügen. Der Fragebogen wurde von 53.3 % ( $n = 64$ ) ausgefüllt, welche sich selbst als omnivor bezeichnen. 45.8 % ( $n = 55$ ) gaben an, Flexitarier zu sein. Eine Person (0.8 %) führte an, Zöliakie zu haben (vgl. Abbildung 5).

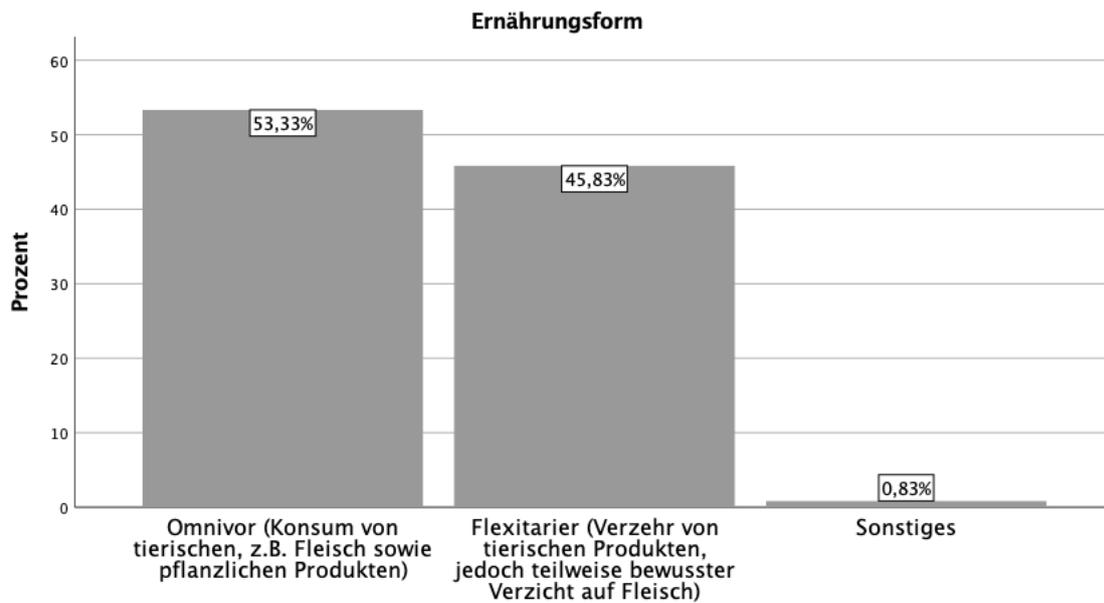


Abbildung 5 Ernährungsform der Teilnehmer in Prozent,  $n = 120$

Von den Teilnehmern gaben 21.7 % ( $n = 26$ ) an, selten Fleisch zu konsumieren. 15 % ( $n = 18$ ) der Teilnehmer konsumieren einmal pro Woche Fleisch. 54.2 % ( $n = 65$ ) – und damit der grösste Anteil der Befragten – konsumieren mehrmals pro Woche Fleisch. 9.2 % ( $n = 11$ ) der Teilnehmer gaben an, täglich Fleisch zu essen (vgl. Abbildung 6).

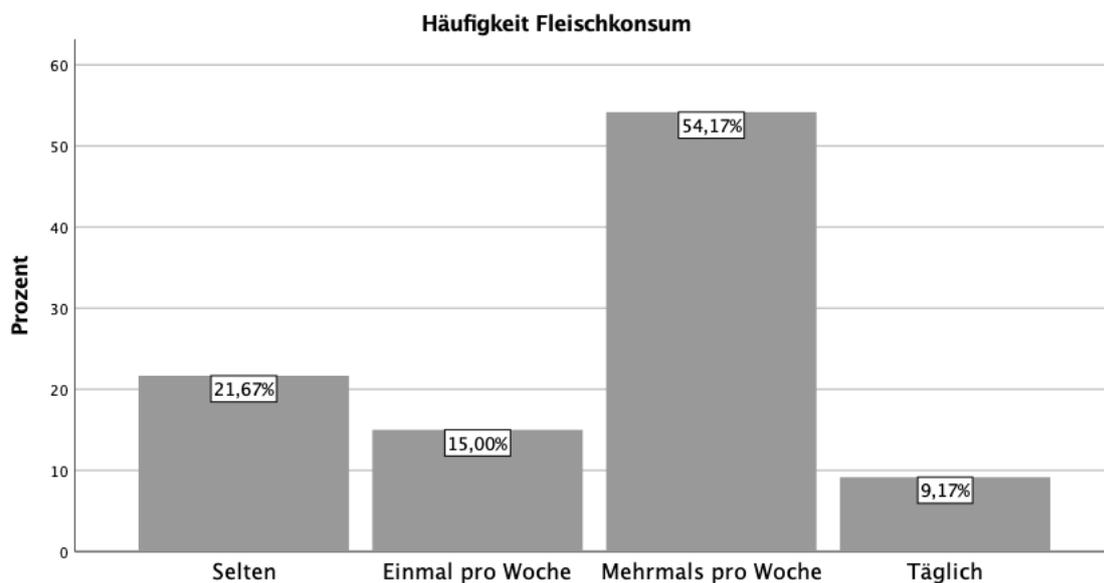


Abbildung 6 Häufigkeit des Fleischkonsums der Befragten in Prozent,  $n = 120$

### 6.3 Faktorenanalyse

Das Konstrukt Geschmack wurde anhand von zwei literaturbasierten Skalen erfasst. Beide Skalen weisen jeweils vier Items zur Messung des Konstrukts auf (vgl. Kapitel

5.2.1). Um zu überprüfen, ob die acht Items zu einem Faktor zusammengefasst werden können oder einzeln betrachtet werden müssen, wurde eine Faktorenanalyse durchgeführt (vgl. Anhang C4). Eine Faktorenanalyse wird angewendet, wenn bei einer Erhebung eine Vielzahl von Variablen erfasst und anschliessend eine Bündelung der Variablen vorgenommen werden soll (Backhaus et al., 2016, S. 11). Als Voraussetzung für die Anwendung der Faktorenanalyse gelten intervallskalierte Daten (Kuss et al., 2018, S. 295). Zudem muss eine ausreichend grosse Stichprobe vorhanden sein (Universität Zürich, 2022b). Beide Voraussetzungen können als erfüllt betrachtet werden.

Die durchgeführte Analyse hat gezeigt, dass der Bartlett-Test ( $\text{Chi-Quadrat}(28) = 470.737, p < .001$ ) sowie das Kaiser-Meyer-Olkin-Kriterium ( $KMO = .789$ ) darauf hinweisen, dass die Variablen für eine Faktoranalyse geeignet sind. Der Bartlett-Test überprüft, ob die Stichprobe einer Grundgesamtheit entstammt, bei der die Variablen unkorreliert sind (Dziuban & Shirkey, 1974, S. 358). Weiter prüft das KMO-Kriterium, inwiefern die Ausgangsvariablen zusammengehören, und dient als Indikator für die Eignung einer Faktorenanalyse (Backhaus et al., 2016, S. 399). Das vorliegende KMO-Kriterium von .789 wird als *ziemlich gut* bezeichnet (Backhaus et al., 2016, S. 399). Aufgrund der Eignung für eine Faktorenanalyse wurde eine Hauptkomponentenanalyse mit Varimax-Rotation durchgeführt. Hierbei wurden kleinere Koeffizienten mit einem Absolutwert unter .20 unterdrückt.

Das Ergebnis der Hauptkomponentenanalyse deutet auf eine zweidimensionale Lösung hin. Zwei Faktoren weisen einen Eigenwert von grösser als eins auf und erklären zusammen 69.25 % der Varianz. Der Screeplot weist ebenfalls auf eine zweidimensionale Lösung hin (vgl. Abbildung 7). Hierbei bestimmt der Punkt links vom Knick die Anzahl der Faktoren (Backhaus et al., 2016, S. 432).

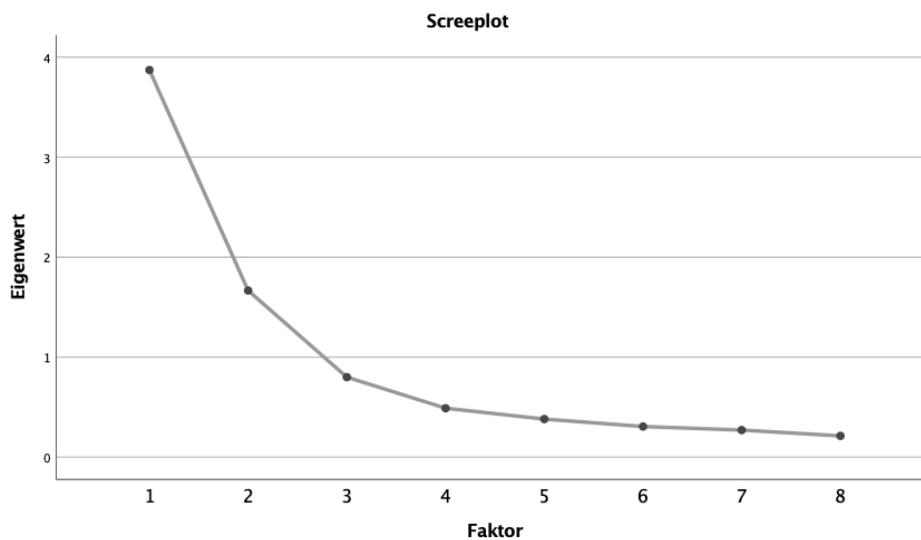


Abbildung 7 Screeplot der Faktorenanalyse des Konstrukts Geschmack

Alle acht Items weisen eine höhere Kommunalität von .60 auf und laden in der rotierten Komponentenmatrix mit .70 oder stärker auf einen Faktor. Vereinzelt sind Querladungen festzustellen. Hierbei lädt Fleisch.Dim\_AS auf Faktor 1 (.775) und auf Faktor 2 (.211). Des Weiteren lädt Fleisch.Dim\_GR auf Faktor 1 (.768) und auf Faktor 2 (.211) und Fleisch.Nice\_FB auf Faktor 1 (.289) sowie auf Faktor 2 (.830). Da die Querladungen gering sind, können sie als nicht kritisch betrachtet werden (Universität Zürich, 2022b). Als einzig kritisches Item gilt Fleisch.Nice\_K. Dieses Item lädt auf Faktor 1 (.774), gehört aber zum Konstrukt von Piazza et al. (2015). Das Item wurde dennoch wegen des mit der Literatur erarbeiteten Vorwissens der ursprünglichen Messskala zugeschrieben. Aufgrund einer zweidimensionalen Faktorenstruktur wurden die Items nicht zusammengefasst. Um das Konstrukt Geschmack anhand eines Faktors zu erfassen, wurde einer der beiden Faktoren für die weiterführenden Analysen ausgewählt. Hierbei wurde für die weiterführenden Analysen die Skala herangezogen, welche eine höhere Reliabilität aufweist. Eine Reliabilitätsanalyse zeigte, dass die Skala von Rothgerber (2014) ( $\alpha = .835$ ) im Vergleich zu jener von Piazza et al. (2015) ( $\alpha = .788$ ) eine höhere Reliabilität hat (vgl. Kapitel 6.4.2).

## 6.4 Gütekriterien

Gütekriterien sind eine Reihe von Anforderungen, welche bei der Testkonstruktion für die Qualitätssicherung berücksichtigt werden müssen (Moosbrugger & Kelava, 2020, S.

17). Objektivität, Reliabilität und Validität gelten als Hauptgütekriterien, welche erfüllt sein müssen, damit ein wissenschaftliches Messinstrument vorhanden ist (Moosbrugger & Kelava, 2020, S. 17).

#### 6.4.1 **Objektivität**

Objektivität ist ein wesentliches Gütekriterium, welches die Vergleichbarkeit von Testleistungen unterschiedlicher Testpersonen gewährleistet (Moosbrugger & Kelava, 2012, S. 8). Die Objektivität eines Tests ist dann erfüllt, wenn dieser das zu erfassende Merkmal unabhängig von Testleiter oder -auswerter misst (Moosbrugger & Kelava, 2012, S. 8). Durch Standardisierung von Durchführung, Auswertung und Interpretation des Tests kann Objektivität erreicht werden (Hussy et al., 2013, S. 23). Da in der vorliegenden Arbeit eine standardisierte Onlinebefragung durchgeführt wurde und somit die Durchführung nicht von einem Testleiter beeinflusst werden konnte, wird die Durchführungsobjektivität als erfüllt betrachtet (Homburg, 2017, S. 256). Ebenfalls gilt die Auswertungsobjektivität als erfüllt. Für die Beantwortung des Fragebogens wurden hauptsächlich Likert-Skalen verwendet, sodass die Abhängigkeit des Testergebnisses vom Testauswerter umgangen werden konnte (Homburg, 2017, S. 256). Die Interpretationsobjektivität kann nicht bewertet werden, da die Interpretation der Messergebnisse nur von einem Testauswerter vorgenommen wird (Moosbrugger & Kelava, 2012, S. 10). Die Objektivität stellt ein notwendiges, aber kein hinreichendes Gütekriterium dar (Hussy et al., 2013, S. 24).

#### 6.4.2 **Reliabilität**

Reliabilität bezeichnet die formale Genauigkeit der Merkmalerfassung (Berekoven et al., 2009, S. 81). Ein Messinstrument wird als reliabel bezeichnet, wenn es bei konstanten Messbedingungen gleiche Ergebnisse liefert (Hussy et al., 2013, S. 24). Die Reliabilität eines psychometrischen Tests wird am häufigsten mit der internen Konsistenz gemessen (Döring & Bortz, 2016, S. 443). Cronbachs Alpha ist ein Mass für die interne Konsistenz einer Skala (Kuss et al., 2018, S. 112). Für eine zufriedenstellende Reliabilität sollen die Cronbachs-Alpha-Koeffizienten Werte grösser als .70 sein (Peterson, 1994, S. 388). Wie in Tabelle 3 ersichtlich, weisen alle untersuchten Konstrukte eine ausreichende Reliabilität auf (vgl. Anhang C5). Damit gilt die Reliabilität als gesichert (Döring & Bortz, 2016, S. 271). Reliabilität ist eine notwendige, aber nicht hinreichende Voraussetzung für Validität (Kuss et al., 2018, S. 98).

Tabelle 3 Reliabilitätsanalyse

Skala	Konstrukt	Cronbachs Alpha
PBMA_Skala_Intention	Kaufintention Fleischersatz	.941
Tierwohl_Skala	Tierwohl	.811
Gesundheit_Skala	Gesundheit	.779
Umwelt_Skala	Umwelt	.893
Fleisch.Dim_Skala	Geschmack	.835
Fleisch.Nice_Skala	Geschmack	.788
VC1_Skala_erlebt	Zielkonflikt erlebt Wahl 1	.788
VC1_Skala_erlebt	Zielkonflikt erlebt Wahl 2	.848

### 6.4.3 Validität

Validität liegt vor, wenn ein Test das untersuchte Merkmal, welches gemessen werden soll, auch wirklich misst und nicht ein anderes Merkmal (Moosbrugger & Kelava, 2020, S. 30). Die Validität kann weiter in interne und externe Validität ausdifferenziert werden (Hussy et al., 2013, S. 137).

Die **interne Validität** befasst sich mit der Frage, inwiefern die Effekte ausschliesslich auf die Variation der unabhängigen Variable zurückgeführt werden können (Hussy et al., 2013, S. 137). Die interne Validität hängt von der Qualität des Forschungsdesigns ab (experimentelle, quasiexperimentelle, vorexperimentelle Studie) (Döring & Bortz, 2016, S. 97). In der vorliegenden Arbeit wurde eine nichtexperimentelle Befragung durchgeführt. Aufgrund dessen muss von einer geringen Validität ausgegangen werden.

Die **externe Validität** setzt sich hingegen mit der Fragestellung auseinander, ob die Ergebnisse der Studie auf andere Orte, Zeiten und Personen übertragen werden können (Döring & Bortz, 2016, S. 97). Die externe Validität hängt von der Qualität des Forschungsdesigns sowie der Stichprobenziehung (Vorhandensein einer repräsentativen Stichprobe) ab (Döring & Bortz, 2016, S. 97). In der vorliegenden Untersuchung lag eine nichtprobabilistische Stichprobe vor. Dies hat zur Folge, dass keine Repräsentativität gewährleistet ist. Aufgrund dessen wird von einer geringen externen Validität ausgegangen (Döring & Bortz, 2016, S. 305). Die Repräsentativität einer Stichprobe gibt Aufschluss darüber, ob die Merkmalszusammensetzung der Stichprobe ebenfalls die der Population abbildet (Döring & Bortz, 2016, S. 298).

## 6.5 Verteilung der latenten Zielkonflikte

Die folgenden Auswertungen dienen zur Beantwortung der ersten Forschungsfrage: *Welche motivationalen Zielkonflikte entstehen bei Verbrauchern, wenn sie Fleisch konsumieren?* Dabei wurde das Ausmass der unterschiedlichen Zielkonflikte untersucht. Im Rahmen dieser Arbeit wurden die Zielkonflikte Tierwohl und Geschmack, Gesundheit und Geschmack sowie Umwelt und Geschmack betrachtet. Die erzeugten Häufigkeitstabellen weisen auf unterschiedliche Ausprägungen der Zielkonflikte hin.

**Zielkonflikt Tierwohl und Geschmack:** Anhand der Formel von Furchheim et al. (2020) und Thompson et al. (1995) kann das Ausmass des Zielkonflikts zwischen den Zielen Tierwohl und Geschmack bestimmt werden. Bei einem Wert grösser als .05 kann von einem mittleren Konflikt zwischen beiden Zielen ausgegangen werden (Furchheim, 2021). Der Mittelwert des Zielkonflikts ist mit .70 ( $SD = .17$ ) hoch. Abbildung 8 verdeutlicht diesen Effekt. Es liegt eine linksschiefe Verteilung der Stichprobenwerte vor.

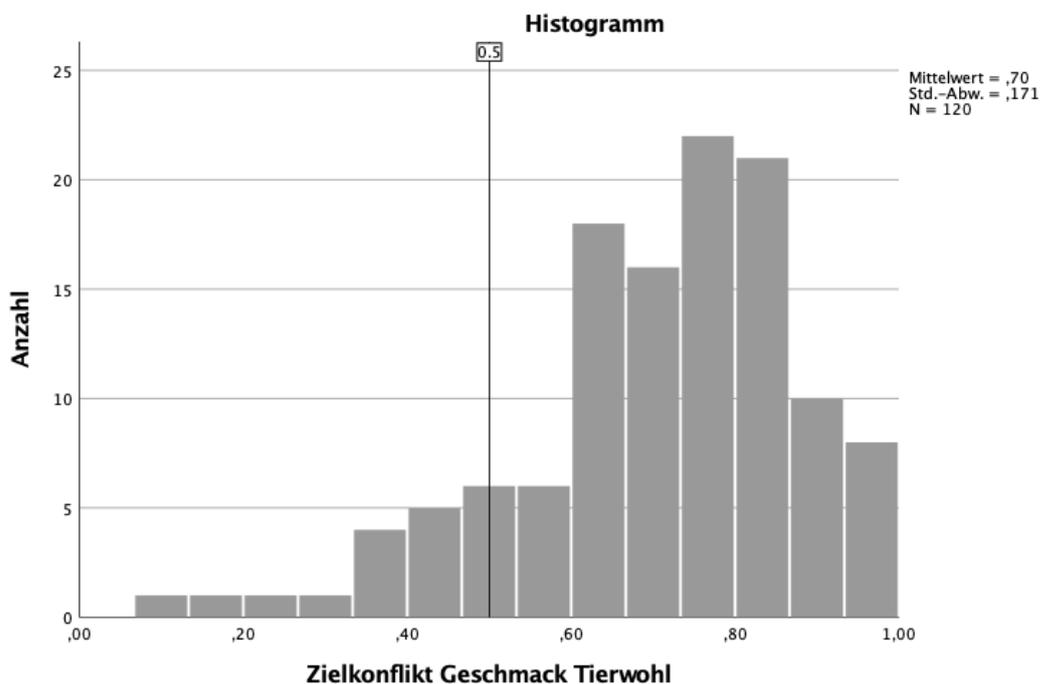


Abbildung 8 Verteilung des latenten Zielkonflikts Tierwohl und Geschmack

Es zeigte sich, dass bei 87,5 % der Personen ( $n = 105$ ) Werte grösser als .50 vorlagen und somit ein mittlerer bis hoher latenter Zielkonflikt festzustellen war. Bei 12,5 % der Personen ( $n = 15$ ) war ein geringer oder kein Zielkonflikt vorhanden. Die Spannweite der

Werte beträgt .92. Der geringste Wert (kein Zielkonflikt) lag bei .08 und der höchste Wert (maximaler Zielkonflikt) bei 1.00 (vgl. Anhang C6).

**Zielkonflikt Gesundheit und Geschmack:** Der Mittelwert des Zielkonflikts liegt mit .74 ( $SD = .18$ ) ebenfalls hoch. Abbildung 9 zeigt eine linksschiefe Verteilung der Werte der Stichprobe. Es konnte bei einer Mehrheit der Personen, nämlich 92.5 % ( $n = 111$ ), ein mittlerer bis hoher latenter Zielkonflikt festgestellt werden. Bei 7.5 % der Personen ( $n = 9$ ) war ein geringer oder kein Zielkonflikt nachzuweisen. Die Spannweite der Werte beträgt .94. Der geringste Wert (kein Zielkonflikt) betrug .06 und der höchste Wert 1.00 (maximaler Zielkonflikt) (vgl. Anhang C6).

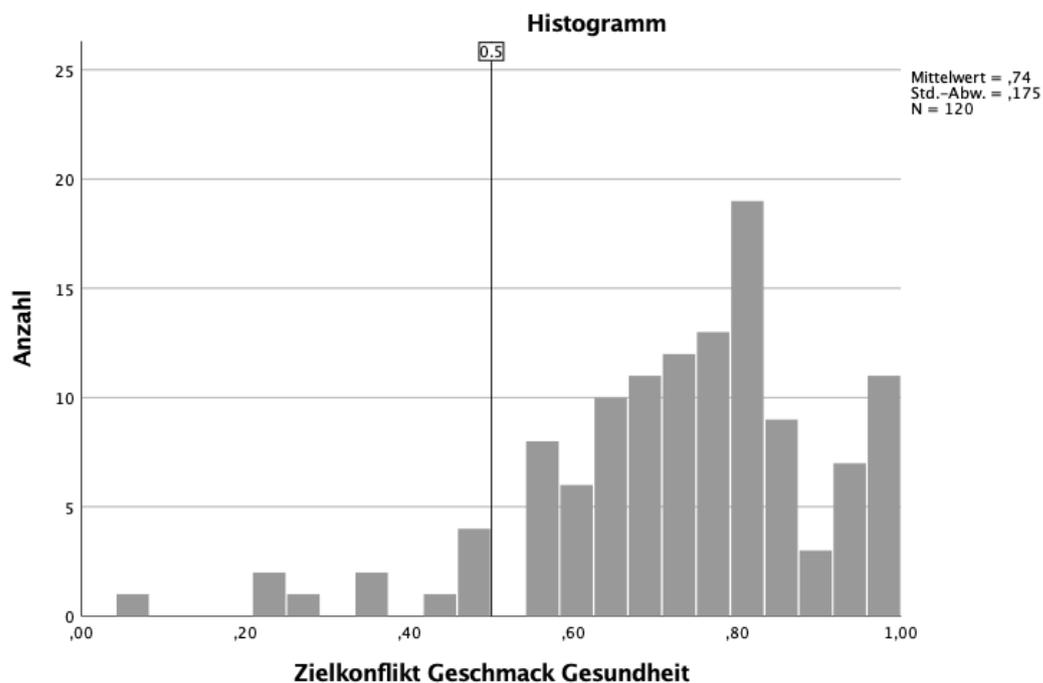


Abbildung 9 Verteilung des latenten Zielkonflikts Gesundheit und Geschmack

**Zielkonflikt Umwelt und Geschmack:** Der Mittelwert des Zielkonflikts liegt mit .64 ( $SD = .20$ ) ebenfalls relativ hoch. Abbildung 10 zeigt eine linksschiefe Verteilung der Werte der Stichprobe. Bei 80.8 % der Personen ( $n = 97$ ) konnte ein mittlerer bis hoher latenter Zielkonflikt festgestellt werden. Bei 19.2 % der Personen ( $n = 23$ ) war ein geringer oder kein Zielkonflikt vorhanden. Die Spannweite der Werte beträgt 1.00. Der geringste Wert und somit kein vorhandener Zielkonflikt liegt bei .00 und der höchste Wert und damit ein maximaler Konflikt bei 1.00 (vgl. Anhang C6).

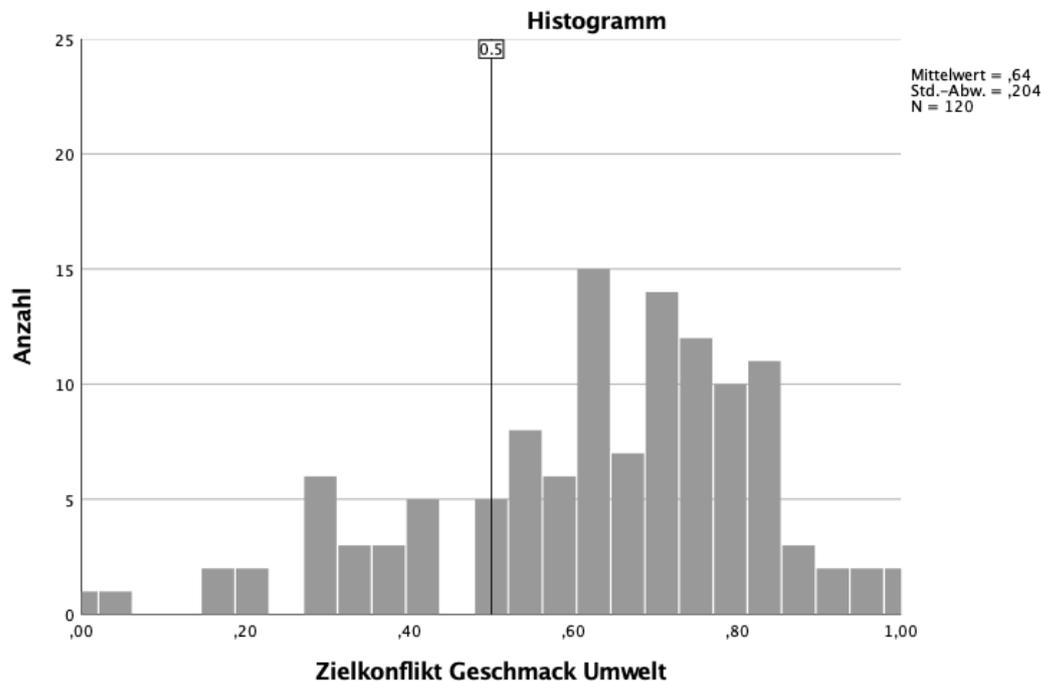


Abbildung 10 Verteilung des latenten Zielkonflikts Umwelt und Geschmack

In einem weiteren Schritt wurde anhand eines t-Tests für abhängige Stichproben geprüft, ob sich die Zielkonflikte signifikant voneinander unterscheiden (vgl. Anhang C7). Die Ergebnisse haben gezeigt, dass sich alle drei Zielekonflikte signifikant unterschieden. Der Zielkonflikt Gesundheit und Geschmack ( $M = .74$ ,  $SD = .18$ ) ist signifikant höher ausgeprägt als der Zielkonflikt Umwelt und Geschmack ( $M = .64$ ,  $SD = .20$ ), ( $t(119) = 5.2851$ ,  $p < .001$ ). Der Zielkonflikt Gesundheit und Geschmack ( $M = .74$ ,  $SD = .18$ ) ist signifikant höher ausgeprägt als der Zielkonflikt Tierwohl und Geschmack ( $M = .70$ ,  $SD = .17$ ), ( $t(119) = 3.415$ ,  $p < .001$ ). Der Zielkonflikt Tierwohl und Geschmack ( $M = .70$ ,  $SD = .17$ ) ist signifikant höher ausgeprägt als der Zielkonflikt Umwelt und Geschmack ( $M = .64$ ,  $SD = .20$ ), ( $t(119) = -3.374$ ,  $p = .001$ ).

Damit kann festgehalten werden, dass der Zielkonflikt Gesundheit und Geschmack am ausgeprägtesten vorhanden war, gefolgt vom Zielkonflikt Tierwohl und Geschmack und dem Zielkonflikt Umwelt und Geschmack.

## 6.6 Prämissen für die Regressionsanalyse

Zur Überprüfung der aufgestellten Hypothesen wurde eine Regressionsanalyse durchgeführt. Die Regressionsrechnung untersucht Zusammenhänge zwischen Prädiktor und

Kriterium (Hussy et al., 2013, S. 178). Die Güte der Schätzung für die Regressionsparameter unterliegt gewissen Voraussetzungen (Backhaus et al., 2016, S. 97; Universität Zürich, 2022a). Laut der Universität Zürich (2022a) gilt es, acht Voraussetzungen zu prüfen. Als erste Voraussetzung wird **Intervallskalierung der abhängigen und unabhängigen Variablen** postuliert (Universität Zürich, 2022a). Diese kann als erfüllt betrachtet werden. Weiter wird die Prämisse der **Linearität in den Parametern** vorausgesetzt (Universität Zürich, 2022a). Die visuelle Prüfung anhand von Streudiagrammen lässt positive und teils nicht sehr enge Zusammenhänge vermuten (vgl. Anhang C8). Die Voraussetzung scheint dennoch als erfüllt. Als weitere Voraussetzung wird die **Linearität der Koeffizienten** postuliert. Dies bedeutet, dass im Modell nicht von exponentiellen oder logarithmischen Koeffizienten ausgegangen wird (Universität Zürich, 2022a). Das postulierte Modell ist linear in den Koeffizienten. Die Prämisse des **Bedingten Erwartungswerts** verlangt, dass der Fehlerwert für jeden Wert der unabhängigen Variable den Erwartungswert null hat (Universität Zürich, 2022a). Zur Prüfung der Voraussetzung kann ein Streudiagramm der standardisierten, geschätzten Werte der abhängigen Variable und der standardisierten Fehlerwerte hinzugezogen werden (Universität Zürich, 2022a). Die Streudiagramme weisen darauf hin, dass die Fehler der Mittelwerte der Fehlerwerte ungefähr bei null liegen (vgl. Anhang C8). Die Voraussetzung der **Stichprobenvariation der unabhängigen Variablen** kann ebenfalls als erfüllt betrachtet werden, da die Streudiagramme der unabhängigen Variablen nicht konstant sind, sondern Varianz aufweisen. Das Regressionsmodell basiert weiter auf der Prämisse, dass **Homoskedastizität** vorliegt (Universität Zürich, 2022a). Homoskedastizität ist gegeben, wenn die Varianz der Residuen für alle Werte der abhängigen Variablen gleich ist (Universität Zürich, 2022a). Dies kann ebenfalls anhand eines Streudiagramms geprüft werden. Hierbei weisen die Streudiagramm darauf hin, dass der gesamte Wertebereich der Datenpunkt die gleiche Varianz hat und kein auffälliges Muster zeigt (vgl. Anhang C8). Als weitere Annahme gilt die **Unabhängigkeit des Fehlerwerts**. Diese besagt, dass die Residuen in der Grundgesamtheit nicht zusammenhängen (Backhaus et al., 2016, S. 103). Die Annahme kann visuell geprüft werden und gilt als verletzt, wenn ein wellenförmiger Verlauf vorliegt (Universität Zürich, 2022a). Dies tritt oftmals bei Zeitreihendaten auf (Backhaus et al., 2016, S. 105; Universität Zürich, 2022a). Die Streudiagramme weisen auf keine Verletzung der Annahme hin (vgl. Anhang C8). Die letzte Voraussetzung verlangt die **Normalverteilung des Fehlerwerts**

(Universität Zürich, 2022a). Hierbei sollten die Residuen normalverteilt sein (Universität Zürich, 2022a). Die visuelle Prüfung anhand von Histogrammen weist in der vorliegenden Untersuchung auf eine Verletzung der Normalverteilung des Fehlerwerts hin (vgl. Anhang C8). Wenn die Störgrößen nicht normalverteilt sind, können laut Backhaus et al. (2016, S. 111) die Kleinste-Quadrate-Schätzer dennoch normalverteilt sein. Dieser Fall tritt ein, wenn die Zahl der Beobachtungen gross genug ist, d. h. grösser als 40 Beobachtungen (Backhaus et al., 2016, S. 111). Da dies bei der folgenden Untersuchung zutrifft, sind die Signifikanztests unabhängig von der Verteilung der Störgrößen gültig (Backhaus et al., 2016, S. 111). Zum gleichen Schluss gelangen Schmidt und Finan (2018). Bei einem ausreichend grossen Stichprobenumfang (Anzahl der Beobachtungen pro Variable grösser als zehn) sind lineare Regressionsmodelle auch ohne normalverteilte Fehler gültig (Schmidt & Finan, 2018, S. 1). Wie Tabelle 4 verdeutlicht, sind nicht alle Voraussetzungen erfüllt. Laut Backhaus et al. (2016, S. 111) ist die Regressionsanalyse jedoch relativ robust gegenüber kleineren Verletzungen und stellt ein flexibles Analyseverfahren dar. Aufgrund dessen wird die gesamthafte Modellprämisse als erfüllt betrachtet und im folgenden Kapitel werden die Hypothesen anhand eines Regressionsmodells geprüft.

*Tabelle 4 Voraussetzung der einfachen Regressionsanalyse (eigene Darstellung in Anlehnung an Universität Zürich, 2022a)*

<b>Voraussetzungen</b>	
Intervallskalierung der abhängigen und unabhängigen Variablen	erfüllt
Linearität des Zusammenhangs	erfüllt
Linearität der Koeffizienten	erfüllt
Bedingter Erwartungswert	erfüllt
Stichprobenvariation der unabhängigen Variablen	erfüllt
Homoskedastizität	erfüllt
Unabhängigkeit des Fehlerwerts	erfüllt
Normalverteilung des Fehlerwerts	nicht erfüllt

## 6.7 Hypothesenprüfung

Durch die Prüfung der aufgestellten Hypothesen soll die zweite Forschungsfrage beantwortet werden: *Mit welchen Coping-Strategien können motivationale Zielkonflikte beim Fleischkonsum aufgelöst werden?* Insbesondere soll überprüft werden, ob Fleischersatzprodukte ein *Bestes aus beiden Welten* bieten. Mit den Hypothesen H1 bis H3 wird in

einem ersten Schritt der Einfluss unterschiedlicher Ziele (Tierwohl, Gesundheit und Umwelt) auf die Kaufintention von Fleischersatz untersucht. In einem weiteren Schritt untersuchen die Hypothesen H4 bis H6 den Einfluss latenter Zielkonflikte (Tierwohl, Gesundheit, Umwelt versus Geschmack) auf die Kaufintention von Fleischersatz. Die statistischen Auswertungen sind in Anhang C9 ersichtlich.

### 6.7.1 Einfluss Ziele auf die Kaufintention von Fleischersatz

Die lineare Regression ergab, dass die Verfolgung von Tierwohlzielen keinen signifikanten Einfluss auf die Kaufintention von Fleischersatzprodukten hat ( $F(1, 118) = 1.285, p = .259$ ). Es wird davon ausgegangen, dass die Verfolgung von Tierwohlzielen keinen direkten Einfluss auf die Kaufintention von Fleischersatzprodukten hat. Die Hypothese H1 muss abgelehnt werden.

***abgelehnt – H1: Die Verfolgung von Tierwohlzielen hat einen positiven Einfluss auf die Kaufintention von Fleischersatzprodukten.***

Das Regressionsmodell zeigt, dass kein signifikanter Einfluss von Gesundheitszielen auf die Kaufintention von Fleischersatzprodukten besteht ( $F(1, 118) = .014, p = .904$ ). Die Nullhypothese – *die Verfolgung von Gesundheitszielen hat keinen Einfluss auf die Kaufintention von Fleischersatzprodukten* – muss beibehalten werden. Die Hypothese H2 wird abgelehnt.

***abgelehnt – H2: Die Verfolgung von Gesundheitszielen hat einen positiven Einfluss auf die Kaufintention von Fleischersatzprodukten.***

Die Verfolgung von Umweltzielen hat einen signifikanten positiven Einfluss auf die Kaufintention von Fleischersatzprodukten ( $F(1, 118) = 46.166, p < .001$ ). Die Nullhypothese – *die Verfolgung von Umweltzielen hat keinen Einfluss auf die Kaufintention von Fleischersatzprodukten* – kann somit verworfen werden.

Der t-Test des Regressionskoeffizienten weist Signifikanz auf ( $t = 6.795, p < .001$ ). Anhand der Regressionskoeffizienten lässt sich Folgendes schlussfolgern: Nimmt die Verfolgung von Umweltzielen um eine Einheit zu, steigt die Kaufintention von Fleischersatzprodukten um .789. Ein Anteil von 27.5 % (korrigiertes  $R^2 = .275$ ) der Streuung der Kaufintention von Fleischersatzprodukten wird durch die Verfolgung von Umweltzielen erklärt. Hierbei beträgt die Effektstärke .62 (Universität Zürich, 2022a). Dies entspricht

laut Cohen (1992, S. 99) einem starken Effekt. Die Hypothese H3 kann angenommen werden.

**angenommen – H3: Die Verfolgung von Umweltzielen hat einen positiven Einfluss auf die Kaufintention von Fleischersatzprodukten.**

#### 6.7.2 Einfluss latenter Zielkonflikte auf die Kaufintention von Fleischersatz

Mit den Hypothesen H4 bis H6 wird der Einfluss latenter Zielkonflikte auf die Kaufintention von Fleischersatz untersucht. Die Regression hat gezeigt, dass ein latenter Zielkonflikt (Tierwohl und Geschmack) die Kaufintention von Fleischersatzprodukten nicht signifikant beeinflusst ( $F(1, 118) = .795, p = .374$ ). Die Nullhypothese kann nicht mit einer Irrtumswahrscheinlichkeit von 5 % abgelehnt werden. Die Hypothese H4 wird abgelehnt.

**abgelehnt – H4: Der latente Zielkonflikt Tierwohl und Geschmack beeinflusst die Kaufintention von Fleischersatzprodukten positiv.**

Die Regressionsanalyse zeigt, dass der latente Zielkonflikt (Gesundheit und Geschmack) keinen signifikanten Einfluss auf die Kaufintention von Fleischersatzprodukten ausübt ( $F(1, 118) = .001, p = .974$ ). Die Signifikanz des Modells ist nicht gewährleistet. Aufgrund dessen kann die Nullhypothese nicht verworfen werden. Die Hypothese H5 muss abgelehnt werden.

**abgelehnt – H5: Der latente Zielkonflikt Gesundheit und Geschmack beeinflusst die Kaufintention von Fleischersatzprodukten positiv.**

Der latente Zielkonflikt Umwelt und Geschmack beeinflusst die Kaufintention von Fleischersatzprodukten signifikant positiv ( $F(1, 118) = 24.403, p < .001$ ). Damit kann die Nullhypothese – *der latente Zielkonflikt Umwelt und Geschmack beeinflusst die Kaufintention von Fleischersatzprodukten nicht* – verworfen werden.

Der t-Test des Regressionskoeffizienten weist Signifikanz auf ( $t = 4.940, p < .001$ ). Das bedeutet: Nimmt der latente Zielkonflikt Umwelt und Geschmack um eine Einheit zu, steigt die Kaufintention von Fleischersatzprodukten um 2.905. Ein Anteil von 16.4 % (korrigiertes  $R^2 = .164$ ) der Streuung der Kaufintention von Fleischersatzprodukten wird durch den latenten Zielkonflikt Umwelt und Geschmack erklärt. Die Effektstärke beträgt

.44 (Universität Zürich, 2022a). Dies entspricht laut Cohen (1992, S. 99) einem starken Effekt. Die Hypothese H6 kann bestätigt werden.

**angenommen – H6: Der latente Zielkonflikt Umwelt und Geschmack beeinflusst die Kaufintention von Fleischersatzprodukten positiv.**

Die Tabelle 5 verschafft einen Überblick über die geprüften Hypothesen und deren Ergebnissen.

*Tabelle 5 Ergebnisse der Hypothesen*

<b>Hypothesen</b>		
<b>H1</b>	Die Verfolgung von Tierwohlzielen hat einen positiven Einfluss auf die Kaufintention von Fleischersatzprodukten.	abgelehnt
<b>H2</b>	Die Verfolgung von Gesundheitszielen hat einen positiven Einfluss auf die Kaufintention von Fleischersatzprodukten.	abgelehnt
<b>H3</b>	Die Verfolgung von Umweltzielen hat einen positiven Einfluss auf die Kaufintention von Fleischersatzprodukten.	angenommen
<b>H4</b>	Der latente Zielkonflikt Tierwohl und Geschmack beeinflusst die Kaufintention von Fleischersatzprodukten positiv.	abgelehnt
<b>H5</b>	Der latente Zielkonflikt Gesundheit und Geschmack beeinflusst die Kaufintention von Fleischersatzprodukten positiv.	abgelehnt
<b>H6</b>	Der latente Zielkonflikt Umwelt und Geschmack beeinflusst die Kaufintention von Fleischersatzprodukten positiv.	angenommen

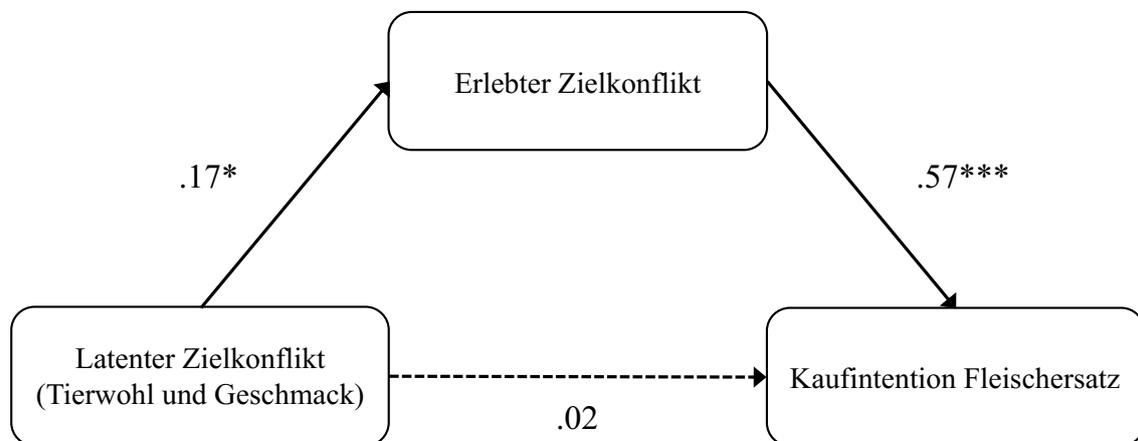
**6.7.3 Einfluss latenter und erlebter situativer Zielkonflikte auf die Kaufintention von Fleischersatz**

Die Prüfung der Hypothesen H4 bis H6 hat gezeigt, dass einzig der latente Zielkonflikt Umwelt und Geschmack einen signifikanten Einfluss auf die Kaufintention von Fleischersatz hat. Die Zielkonflikte Tierwohl und Geschmack sowie Gesundheit und Geschmack haben keinen signifikanten Einfluss.

Bei der Hypothesenprüfung wurde der Einfluss der latenten Zielkonflikte geprüft (vgl. Kapitel 4). Da Zielkonflikte jedoch auch situativ und bewusst erlebt werden können, kann angenommen werden, dass ein situativer und bewusster Zielkonflikt den Einfluss des latenten Zielkonflikts auf die Kaufintention von Fleischersatz vermittelt (Chun et al., 2011, S. 1124; Kopetz et al., 2012, S. 210) (vgl. Kapitel 3.2). Infolgedessen wurde explorativ überprüft, ob ein erlebter situativer Zielkonflikt den Effekt des latenten Zielkonflikts auf

die Kaufintention von Fleischersatzprodukten vermittelt. Dafür wurde eine Mediationsanalyse durchgeführt. Die Outputs der Mediationsanalyse sind in Anhang C10 ersichtlich.

**Mediation Zielkonflikt Tierwohl – Geschmack:** Die Mediationsanalyse wurde anhand von PROCESS (Model 4, 5'000 bootstrap) durchgeführt (Hayes, 2018). Die Ergebnisse der Mediationsanalyse zeigen, dass der Einfluss des latenten Zielkonflikts Tierwohl und Geschmack auf die Kaufintention von Fleischersatz vollständig durch die Variable des erlebten Zielkonflikts mediiert wird (vgl. Abbildung 11). Es liegt ein signifikanter indirekter Effekt des latenten Zielkonflikts auf die Kaufintention von Fleischersatzprodukten durch den erlebten Zielkonflikt vor ( $b = .09$ , 95 % [.02; .18]). Ein signifikanter indirekter Effekt ist gegeben, wenn das untere und obere Konfidenzintervall null nicht einschließen. Der direkte Effekt des latenten Zielkonflikts auf die Kaufintention war nicht signifikant ( $b = 0.02$ ,  $p = .8743$ ). Daraus lässt sich schlussfolgern: Teilnehmer, bei denen ein höherer (geringerer) latenter Zielkonflikt bestand, erlebten einen höheren (geringen) erlebten situativen Zielkonflikt, und Teilnehmer mit einem höheren erlebten situativen Zielkonflikt wiesen eine signifikant höhere Kaufintention von Fleischersatz auf.



Indirekter Effekt des latenten Zielkonflikt auf die Kaufintention von Fleischersatz durch erlebten Zielkonflikt:  $(ab) = .09$  [.02; .18]

\*\*\*  $p < .001$ ; \*\*  $p < .01$ ; \*  $p < .05$

Abbildung 11 Mediationsanalyse: Einfluss latenter Zielkonflikt auf Kaufintention durch erlebten Zielkonflikt

**Mediation Zielkonflikt Gesundheit – Geschmack:** Analog zur Mediationsanalyse mit den Variablen latenter Zielkonflikt (Tierwohl und Geschmack), erlebter Zielkonflikt und Kaufintention Fleischersatz wurde eine Mediationsanalyse anhand von PROCESS

(Model 4, 5'000 bootstrap) durchgeführt mit der Variable latenter Zielkonflikt Gesundheit und Geschmack, erlebter Zielkonflikt und Kaufintention Fleischersatz (Hayes, 2018). Die Mediationsanalyse zeigt, dass kein signifikanter indirekter Effekt des latenten Zielkonflikts auf die Kaufintention von Fleischersatzprodukten durch den erlebten situativen Zielkonflikt vorliegt ( $b = .40$ , 95 % [-.01; .83]) sowie kein direkter Effekt des latenten Zielkonflikts auf die Kaufintention ( $b = -.42$ ,  $p = .5569$ ) gegeben ist.

## 6.8 Weiterführende statistische Auswertungen der Befragung

Den Teilnehmenden wurden neben den Fragen zur Prüfung der aufgestellten Hypothesen ebenfalls offene Antwortfelder für ihre Beweggründe der getroffenen Entscheidung zur Verfügung gestellt. Zudem wurden sie über ihre Erfahrung mit Fleischersatzprodukten sowie ihre Ernährungsform befragt. Hierbei wurden weiterführende explorative Auswertungen durchgeführt. Die Resultate werden in den folgenden Abschnitten behandelt.

**Ziele:** Die vier untersuchten Ziele Tierwohl, Gesundheit, Umwelt und Geschmack waren bei den Teilnehmenden unterschiedlich stark ausgeprägt. Ein Vergleich der Mittelwerte zeigt, dass das Ziel Gesundheit ( $M = 4.44$ ,  $SD = 0.53$ ) am stärksten ausgeprägt war, gefolgt von Tierwohl ( $M = 4.25$ ,  $SD = 0.67$ ), Geschmack ( $M = 4.00$ ,  $SD = 0.82$ ) sowie Umwelt ( $M = 3.81$ ,  $SD = 0.96$ ). Anhand eines t-Tests für abhängige Stichproben wurde untersucht, ob sich die Ziele signifikant unterscheiden. Die untersuchten Ziele haben sich alle signifikant unterschieden, ausser die Ziele Umwelt und Geschmack ( $t(119) = -1.531$ ,  $p = 0.128$ ) (vgl. Anhang C13).

**Entscheidungssituation:** Die Teilnehmer mussten sich bei der ersten Entscheidungssituation zwischen einem Fleischspieß und einem Gemüsespieß entscheiden. Von 120 Teilnehmern entschieden sich 80 Personen (66.7 %) für einen Fleischspieß und 40 Personen (33.3 %) für einen Gemüsespieß. In einem nächsten Schritt kam eine zusätzliche Option (Fleischersatzspieß) dazu. Die Teilnehmer konnten bei der zweiten Wahl zwischen einer der drei Optionen wählen. Bei der zweiten Wahl entschieden sich noch 45.0 % ( $n = 54$ ) für einen Fleischspieß, gefolgt vom Fleischersatzspieß mit 31.7 % ( $n = 38$ ) und dem Gemüsespieß mit 23.3 % ( $n = 28$ ). Hierbei blieben 80 Personen (67.0 %) bei ihrer ursprünglichen Entscheidung. 22.0 % ( $n = 26$ ) der Personen, welche bei der ersten Wahl einen Fleischspieß wählten, änderten ihre Entscheidung zu einem Fleischersatzprodukt. 10 % ( $n = 12$ ) der Personen, welche zu Beginn einen Gemüsespieß wählten, änderten

ihre Entscheidung zu einem Fleischersatzprodukt. Lediglich 1 % ( $n = 1$ ) wechselte von einem Fleischspieß zu einem Gemüsespieß und ebenfalls 1 % ( $n = 1$ ) von einem Gemüsespieß zu einem Fleischspieß (vgl. Anhang C11).

**Ähnliche Entscheidungssituation:** Die Teilnehmer wurden nach den beiden Entscheidungsszenarien befragt, wie wahrscheinlich es wäre, dass sie sich in einer ähnlichen Entscheidungssituation für einen Fleisch-, Gemüse- oder Fleischersatzspieß entscheiden würden. Hierbei zeigten die Daten, dass der Fleischspieß am häufigsten wiedergewählt würde ( $M = 3.55$ ,  $SD = 1.44$ ,  $n = 120$ ), gefolgt vom Gemüsespieß ( $M = 3.37$ ,  $SD = 1.35$ ,  $n = 120$ ) und Fleischersatzspieß ( $M = 2.79$ ,  $SD = 1.47$ ,  $n = 120$ ).

15 % ( $n = 18$ ) der Befragten würden *sehr unwahrscheinlich* einen Fleischspieß wählen, 10 % ( $n = 12$ ) *eher unwahrscheinlich*, 15 % ( $n = 18$ ) *weder wahrscheinlich noch unwahrscheinlich*, 25 % ( $n = 30$ ) *eher wahrscheinlich* und 35 % ( $n = 42$ ) *sehr wahrscheinlich*.

Im Vergleich dazu würden 30.8 % ( $n = 37$ ) *sehr unwahrscheinlich* einen Fleischersatzspieß wählen, 14.2 % ( $n = 17$ ) *eher unwahrscheinlich*, 12.5 % ( $n = 15$ ) *weder wahrscheinlich noch unwahrscheinlich*, 30 % ( $n = 36$ ) *eher wahrscheinlich* und 12.5 % ( $n = 15$ ) *sehr wahrscheinlich*.

Die Personen wurden zudem gefragt, ob sie bereits Erfahrung mit Fleischersatzprodukten gesammelt haben. Von den 120 Befragten haben 105 Personen (87.5 %) bereits Erfahrungen mit Fleischersatzprodukten und 12.5 % ( $n = 15$ ) haben keine Erfahrungen gemacht (vgl. Anhang C11).

**Erlebter Zielkonflikt:** Anhand eines t-Tests für abhängige Stichproben wurde untersucht, ob sich der erlebte Zielkonflikt zwischen dem ersten Entscheidungsszenario (Fleischspieß und Gemüsespieß) ( $M = 1.93$ ,  $SD = 0.84$ ,  $n = 120$ ) signifikant vom zweiten Entscheidungsszenario (Fleischspieß, Gemüsespieß und Fleischersatzspieß) ( $M = 1.91$ ,  $SD = 0.91$ ,  $n = 120$ ) unterscheidet. Es konnte jedoch kein signifikanter Unterschied festgestellt werden (vgl. Anhang C16).

**Beweggründe:** Um die Beweggründe für die getroffenen Entscheidungen zu erfahren, wurden die Teilnehmer gebeten, ihre Gedanken kurz zu formulieren. Für die Beweggründe wurden nebst der verwendeten Stichprobe ebenfalls die ausgeschlossenen Personen berücksichtigt, welche nie Fleisch konsumieren. Diese wurden miteinbezogen, um

ein diverses Antwortmuster zu bekommen. Damit wurden potenzielle 139 Personen hinsichtlich ihrer Beweggründe analysiert. Bei der ersten Wahl beantworteten 129 Personen die Frage. Bei der zweiten Entscheidung beantworteten noch 127 Personen die offene Fragestellung. Die Codierung und die Freitext-Antworten sind in Anhang C12 ersichtlich.

Wie in Tabelle 6 abgebildet, war mit 38 % ( $n = 28$ ) der meistgenannte Grund, weshalb Personen sich für den Fleischspieß entschieden, der Geschmack von Fleisch. Beispielsweise begründete ein Teilnehmer seine Wahl folgendermassen:

*«Der Geschmack von Fleisch hat mich zur Auswahl geleitet. Auch wenn ich weiss, dass damit Tiere sterben müssen.» (vgl. Anhang C12)*

Der Fleischspieß wurde zudem aus Gewohnheit von 23 % der Personen ( $n = 17$ ) gewählt, von 11 % ( $n = 8$ ) aufgrund von situationellen Gründen sowie von 11 % ( $n = 8$ ) aus gesundheitlichen Gründen.

Personen, welche den Gemüsespieß wählten, nannten ebenfalls hauptsächlich den Geschmack (24 %) als Beweggrund. Zudem gaben 20 % ( $n = 11$ ) der Befragten an, den Gemüsespieß aufgrund ihrer Ernährungsform (z. B. vegetarisch) gewählt zu haben. Die weiteren Gründe waren Umwelt (15 %), Gesundheit (15 %) und der Wunsch, den Fleischkonsum zu reduzieren (9 %).

Tabelle 6 Beweggründe bei der ersten Entscheidung zwischen Fleischspieß und Gemüsespieß

Beweggrund für Fleischspieß	Antworten (n = 74)		Beweggrund für Gemüsespieß	Antworten (n = 55)	
	n	% der Fälle		n	% der Fälle
Sättigung	1	1 %	Information	1	2 %
Zubereitung	1	1 %	Unsicherheit	1	2 %
Natürlich	2	3 %	Konflikt	1	2 %
Aussehen	2	3 %	Lust	3	5 %
Preis	2	3 %	Situation	4	7 %
Soziale Norm	2	3 %	Tierwohl	4	7 %
Umwelt	3	4 %	Reduzierung	5	9 %
Unsicherheit	3	4 %	Gesundheit	8	15 %
Hauptgericht	4	5 %	Umwelt	8	15 %
Konflikt	4	5 %	Ernährungsform	11	20 %
Lust	5	7 %	Geschmack	13	24 %
Gesundheit	8	11 %			
Situation	8	11 %			
Gewohnheit	17	23 %			

Geschmack	28	38 %			
-----------	----	------	--	--	--

In Tabelle 7 sind die Beweggründe der Personen für die zweite Entscheidungssituation ersichtlich. 33 % der Personen ( $n = 16$ ) begründeten ihre Wahl für einen Fleischspieß damit, dass sie vom Fleischersatzprodukt nicht überzeugt waren. Beispielsweise nannte ein Teilnehmer folgenden Beweggrund:

*«Die meisten planted-Produkte schmecken mir persönlich nicht. Entweder ich finde die Konsistenz zu gummig/weich oder das Gewürz ist zu künstlich. Wenn ich im Alltag ohne Fleisch koche, greife ich deswegen nie zu diesen Alternativen. Ich habe schon zu viele schlechte Erfahrungen damit gemacht.» (vgl. Anhang C12)*

Als weitere Gründe für die Wahl des Fleischspießes wurde von 23 % ( $n = 11$ ) erneut der Geschmack genannt. Zudem äusserten 13 % ( $n = 6$ ) Unsicherheit gegenüber Fleischersatzprodukten. Eine Person nannte folgende Überlegung, weshalb sie sich für einen Fleischspieß und gegen ein Fleischersatzprodukt entschied:

*«Fleischersatz finde ich grundsätzlich lecker. Ich frage mich aber jeweils, ob sie wirklich ökologischer sind und wie gesund sie sind. Zu Letzterem las ich vor kürzerem einen eher negativen Bericht. Hoffentlich ist planted gesünder.» (vgl. Anhang C12)*

Tabelle 7 Beweggründe bei der zweiten Entscheidung zwischen Fleischspieß, Gemüsespieß und Fleischersatz

Beweggrund für Fleischspieß	Antworten (n = 48)		Beweggrund für Gemüsespieß	Antworten (n = 32)	
	n	% der Fälle		n	% der Fälle
Umwelt	1	2 %	Aussehen	1	3 %
Gesundheit	2	4 %	Gewohnheit	1	3 %
Situation	2	4 %	Umwelt	1	3 %
Soziale Norm	2	4 %	Unwissen	2	6 %
Verarbeitung	2	4 %	Verarbeitung	2	6 %
Gewohnheit	4	8 %	Gesundheit	4	13 %
Unsicherheit	6	13 %	Unsicherheit	4	13 %
Geschmack	11	23 %	Lust	4	13 %
Fleischersatz nicht überzeugend	16	33 %	Geschmack	7	22 %
			Fleischersatz nicht überzeugend	7	22 %
<b>Beweggrund für Fleischersatz</b>	Antworten (n = 47)				

	n	% der Fälle
Erfahrung	1	2 %
Gewohnheit	1	2 %
Lust	1	2 %
Preis	1	2 %
Situation	1	2 %
Umwelt	4	9 %
Gesundheit	5	11 %
Kompromiss	8	17 %
Geschmack	11	23 %
Neugier	13	28 %

22 % der Befragten ( $n = 7$ ), welche sich für einen Gemüsespiess entschieden, waren vom Fleischersatzprodukt nicht überzeugt. Ebenfalls 22 % ( $n = 7$ ) begründeten ihre Wahl mit dem Geschmack. Weiter schrieben 13 % der Befragten ( $n = 4$ ), dass sie sich bei der Entscheidung nicht sicher waren, und 13 % ( $n = 4$ ) gaben an, sich aus gesundheitlichen Gründen dafür entschieden zu haben.

Personen, welche ihre Entscheidung änderten und zu einem Fleischersatzprodukt wechselten, begründeten ihre Wahl hauptsächlich damit, dass sie gegenüber dem Produkt neugierig sind. 28 % der Befragten ( $n = 13$ ) gaben an, neugierig auf den Fleischersatz zu sein. Weiter begründeten 23 % der Teilnehmer ( $n = 11$ ) ihre Wahl mit dem Geschmack. Für 17 % ( $n = 8$ ) stellt das Fleischersatzprodukt einen guten Kompromiss dar. Beispielsweise begründete ein Teilnehmer seinen Wechsel folgendermassen:

*«Ich mag Fleisch, möchte aber aus verschiedenen Gründen möglichst vermeiden, welches zu essen. Die planted-Option bietet eine Alternative (Lustbefriedigung UND kein Fleisch essen).» (vgl. Anhang C12)*

**Unterschiede Flexitarier versus Omnivore:** Anschliessend wurde wieder mit dem ursprünglich bereinigten Datensatz ( $n = 120$ ) gearbeitet und überprüft, ob signifikante Unterschiede zwischen Flexitariern und Omnivoren vorhanden sind. Anhand eines t-Tests für unabhängige Stichproben konnte nachgewiesen werden, dass Personen, welche sich selbst einer omnivoren Ernährungsweise zuordnen, einen signifikant höheren Zielkonflikt zwischen **Gesundheit** und **Geschmack** erleben ( $M = 0.79$ ,  $SD = 0.14$ ,  $n = 64$ ) als Personen, welche sich selbst als Flexitarier ( $M = 0.69$ ,  $SD = 0.19$ ,  $n = 55$ ), ( $t(117) = 3.412$ ,  $p < .001$ ) bezeichnen. Der t-Test für unabhängige Stichproben setzt Varianzhomogenität voraus (Universität Zürich, 2022c). Fällt der Levene-Test signifikant aus, unterscheiden sich

die beiden Varianzen (Universität Zürich, 2022c). Es lag kein signifikantes Ergebnis vor, somit kann von Varianzhomogenität ausgegangen werden ( $F(1,117) = 3.712, p = .056, n = 119$ ).

Des Weiteren unterschieden sich Omnivoren und Flexitarier signifikant im Zielkonflikt zwischen **Tierwohl** und **Geschmack**. Omnivoren ( $M = 0.73, SD = 0.16, n = 64$ ) erlebten einen signifikant höheren Zielkonflikt als Flexitarier ( $M = 0.67, SD = 0.18, n = 55$ ), ( $t(117) = 2.079, p < .040$ ). Es lag Varianzhomogenität vor ( $F(1,117) = .754, p = .387, n = 119$ ).

Es konnte kein signifikanter Unterschied zwischen Omnivoren ( $M = 0.61, SD = 0.21, n = 64$ ) und Flexitariern ( $M = 0.66, SD = 0.20, n = 55$ ) beim Zielkonflikt **Umwelt** und **Geschmack** gefunden werden (vgl. Anhang C14).

Weiter lassen sich signifikante Unterschiede zwischen Flexitariern und Omnivoren in Bezug auf ihre **Motive** feststellen. Personen, welche sich selbst einer omnivoren Ernährungsweise zugehörig fühlen, weisen eine signifikant höhere Geschmacksmotivation für Fleisch auf ( $M = 4.31, SD = 0.66, n = 64$ ) als Flexitarier ( $M = 3.65, SD = 0.84, n = 55$ ), ( $t(117) = 4.772, p < .001$ ). Die Varianzhomogenität ist gewährleistet ( $F(1,117) = 1.620, p = .206, n = 119$ ). Hingegen zeigen Flexitarier eine signifikant höhere Motivation in Bezug auf Gesundheit, Tierwohl und Umwelt ( $M = 4.39, SD = 0.42, n = 55$ ) als Omnivore ( $M = 3.99, SD = 0.42, n = 64$ ), ( $t(117) = -5.157, p < .001$ ). Der Levene-Test zeigte Varianzhomogenität auf ( $F(1,117) = .625, p = .431, n = 119$ ) (vgl. Anhang C17).

Zudem konnten signifikante Unterschiede zwischen Omnivoren und Flexitariern in Bezug auf die Wahrscheinlichkeit, sich in einer ähnlichen Situation für ein **Fleischersatzprodukt** zu entscheiden, festgestellt werden. Die Wahrscheinlichkeit, ein Fleischersatzprodukt zu kaufen, war bei Flexitariern signifikant höher ( $M = 3.33, SD = 1.57, n = 55$ ) als bei Omnivoren ( $M = 2.30, SD = 1.29, n = 64$ ), ( $t(117) = -4.092, p < .001$ ). Der Levene-Test wies auf Varianzhomogenität hin ( $F(1,117) = 1.218, p = .272, n = 119$ ) (vgl. Anhang C14).

Darüber hinaus wiesen Flexitarier ( $M = 3.95, SD = 1.34, n = 55$ ) eine signifikant höhere Kaufintention für Fleischersatzprodukte auf als Omnivore ( $M = 2.95, SD = 1.35, n = 64$ ),

( $t(117) = -4.033, p < .001$ ). Der Levene-Test wies auf Varianzhomogenität hin ( $F(1,117) = .362, p = .549, n = 119$ ) (vgl. Anhang C14).

**Geschlecht:** Es lassen sich signifikante Unterschiede im Geschlecht nachweisen. Männer ( $M = 4.38, SD = 0.63, n = 60$ ) vertreten signifikant höhere **Geschmacksziele** als Frauen ( $M = 3.61, SD = 0.79, n = 58$ ), ( $t(116) = -5.792, p < .001$ ). Es lag Varianzhomogenität vor ( $F(1,116) = 1.097, p = .297, n = 118$ ). Männer wiesen zudem einen signifikant höheren Zielkonflikt zwischen **Gesundheit** und **Geschmack** auf ( $M = 0.81, SD = 0.13, n = 60$ ) als Frauen ( $M = 0.67, SD = 0.18, n = 58$ ), ( $t(116) = -4.403, p < .001$ ). Es lag Varianzhomogenität vor ( $F(1,116) = 2.460, p = .119, n = 118$ ). Dieser Unterschied lässt sich ebenfalls im Zielkonflikt **Tierwohl** und **Geschmack** nachweisen. Männer zeigten einen signifikant höheren Zielkonflikt zwischen Tierwohl und Geschmack ( $M = 0.74, SD = 0.16, n = 60$ ) als Frauen ( $M = 0.67, SD = 0.17, n = 58$ ), ( $t(116) = -2.254, p < .026$ ). Es lag Varianzhomogenität vor ( $F(1,116) = .013, p = .911, n = 118$ ). Ein signifikanter Unterschied zwischen Männern ( $M = 0.66, SD = 0.21, n = 60$ ) und Frauen ( $M = 0.63, SD = 0.18, n = 58$ ) beim Zielkonflikt **Umwelt** und **Geschmack** konnte nicht festgestellt werden (vgl. Anhang C15).

Das Geschlecht hat keinen signifikanten Einfluss auf die Kaufintention von **Fleischersatzprodukten**. Frauen ( $M = 3.67, SD = 1.34, n = 58$ ) wiesen keine höhere Kaufintention für Fleischersatzprodukte auf als Männer ( $M = 3.23, SD = 1.46, n = 60$ ) (vgl. Anhang C15).

## 7 Diskussion

Im folgenden Kapitel werden die gewonnenen Resultate aus Kapitel 6 mit der bestehenden Literatur abgeglichen und diskutiert sowie die Forschungsfragen beantwortet. In einem weiteren Schritt werden Implikationen für Praxis und Theorie vorgestellt. Abschliessend wird die Limitation der Arbeit aufgeführt und einen Ausblick auf den weiteren Forschungsverlauf gegeben.

### 7.1.1 Erste Forschungsfrage

Im folgenden Abschnitt soll die erste Forschungsfrage *Welche motivationalen Zielkonflikte entstehen bei Verbrauchern, wenn sie Fleisch konsumieren?* beantwortet und diskutiert werden.

Die vorgenommene Literaturrecherche weist darauf hin, dass der Fleischkonsum konfliktbelastet ist (Buttlar & Walther, 2019, S. 73). Zu diesem Schluss kommen zahlreiche Autoren. Šedová et al. (2016, S. 419) führte dazu aus, dass Fleischkonsumenten in einem Konflikt zwischen Fleischverzehr und mit den dabei wahrgenommenen negativen ökologischen Folgen stehen. Weiter führt laut Loughnan et al. (2014, S. 106) das Bedürfnis von Tierwohl und dem Wunsch nach Fleisch zum Fleischparadox. Als weiteres Spannungsfeld wird in der Literatur das Bedenken hinsichtlich der Gesundheit und Fleischkonsum genannt (Cheah et al., 2020, S.7; Malek et al., 2019, S. 131). Die Ergebnisse aus Kapitel 6.5 haben gezeigt, dass Zielkonflikte bei Fleischkonsumenten im hohen Masse vorhanden waren. Dies liess sich sowohl beim Zielkonflikt Tierwohl und Geschmack ( $M = .70$ ), Gesundheit und Geschmack ( $M = .74$ ) als auch Umwelt und Geschmack ( $M = .64$ ) feststellen. Dieser Befund deutet darauf hin, dass Personen gleichzeitig latente konfligierende Ziele verfolgen. Daraus lässt sich schliessen, dass Personen gleichzeitig angeben Ziele der Gesundheit, des Tierwohl, der Umwelt sowie des Geschmacks zu verfolgen (vgl. Kapitel 6.8). Diese Erkenntnis deckt sich mit der bestehenden Forschungsliteratur (Cheah et al., 2020, S.7; Loughnan et al., 2014, S. 106, Malek et al., 2019, S. 131; Šedová et al., 2016, S. 419). Lediglich bei 12.5 % (Tierwohl und Geschmack), 7.5 % (Gesundheit und Geschmack) und 19.2 % (Umwelt und Geschmack) der Teilnehmer war kein oder ein mittlerer Zielkonflikt vorhanden. Weiter haben die Ergebnisse der Untersuchung gezeigt, dass obwohl alle untersuchten Zielkonflikte auf einem hohen Niveau vorhanden

waren, der Zielkonflikt Gesundheit und Geschmack am ausgeprägtesten vorhanden war, gefolgt von Tierwohl und Geschmack und Umwelt und Geschmack.

Kapitel 2.4 bietet einen möglichen Erklärungsansatz, weshalb der Konflikt Gesundheit und Geschmack am stärksten ausgeprägt ist. Die gesundheitlichen negativen Auswirkungen von Fleisch ist in der Literatur viel diskutiert und es liegen inkonsistente Ergebnisse vor (Malek et al., 2019, S. 131; Wang et al. 2016; Battaglia Richi et al., 2015, S. 76). Hierbei kann Gesundheit sowohl als Treiber wie auch als Barriere von Fleischkonsum fungieren. Aufgrund dessen besteht die Möglichkeit, dass Personen, welche angegeben haben, gesundheitliche Ziele zu verfolgen, gleichzeitig der Meinung sein könnten, dass diese Ziele beim Fleischkonsum erfüllt werden können. Im Gegensatz dazu stellen Umwelt- und Tierwohlziele ausschliesslich Barrieren von Fleischkonsum dar und haben diese Ambiguität wie bei Gesundheitszielen nicht vorliegen.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass Fleischkonsumenten in Konflikt stehende Ziele verfolgen. Dies beinhaltet sowohl Tierwohl-, Gesundheits-, Umweltziele als auch Geschmacksziele. Lösungsansätze wie diese Zielkonflikte gelöst werden können, werden anhand des nächsten Abschnittes behandelt.

### 7.1.2 **Zweite Forschungsfrage**

Im folgenden Abschnitt gilt es, die zweite Forschungsfrage zu behandeln, welche Ansätze zur Auflösung von Zielkonflikten beim Fleischkonsum untersucht. Hierbei wurde in einem ersten Schritt die Forschungsfrage *Mit welchen Coping-Strategien können motivationale Zielkonflikte beim Fleischkonsum aufgelöst werden?* literaturbasiert aufgearbeitet. In der Literatur werden unterschiedliche Strategiemöglichkeiten genannt, um Zielkonflikte aufzulösen. Einerseits besteht die Möglichkeit, dass Personen bei einem Zielkonflikt ein Ziel hervorheben und dabei das konfligierende Ziel unterdrücken (Furchheim, 2016, S.208; Hirsh & Kang, 2016, S. 12). Andererseits stellt die Vermeidung eine weitere Strategie dar (Hirsh & Kang, 2016, S. 13). In Situationen, in denen mehrere Ziele gleichzeitig aktiviert und gleichwertig wichtig sind, können nach Kruglanski et al. (2015, S. 74) multifinale Mittel als weitere Strategie eingesetzt werden. Basierend auf der Goal-System-Theory von Kruglanski et al. (2002, 2015) bieten multifinale Mittel einen interessanten Ansatz, Zielkonflikte aufzulösen.

Aus Kapitel 3.2.1 ging hervor, dass Fleischersatzprodukte in Form von multifinalen Mitteln als Strategie dienen könnten, einen fleischbezogenen Konflikt aufzulösen. In einem weiteren Schritt wurde anhand einer quantitativen Befragung untersucht ob, Fleischersatzprodukte ein *Bestes aus beiden Welten* bieten und vorliegende Zielkonflikte bei Verbrauchern, welche Fleisch konsumieren, gelöst werden können. Es wurden Einflüsse unterschiedlicher Ziele und Zielkonflikte untersucht.

Die Ergebnisse aus Kapitel 6.7.1 haben gezeigt, dass die **Verfolgung von Tierwohlzielen** keinen Einfluss auf die Kaufintention von Fleischersatzprodukten hatte. Dieser Befund deckt sich nicht mit der Literatur. Laut Bryant und Sanctorum (2021, S.9) entsprechen Fleischersatzprodukte den Bedürfnissen der Verbraucher aufgrund von Vorteilen des Tierwohls. In der Studie war das Tierwohl ein Hauptmotiv (Bryant & Sanctorum, 2021, S.9). Zudem legt die Studie von Malek et al. (2019, S. 131) nahe, dass Bedenken hinsichtlich des Tierwohls ein zentraler Motivator auf den Verzicht von Fleisch war. Es gilt zu erwähnen, dass die bestehende Forschungsliteratur sich hauptsächlich auf die wahrgenommenen Vorteile von Fleischersatzprodukten beschränkt, während Faktoren, die den Kaufprozess der Verbraucher beeinflussen, bislang nicht untersucht wurden (Jang & Cho, 2022, S. 2).

Interessanterweise wurde bei dieser Arbeit von keinem Teilnehmer, welcher bei dem zweiten Entscheidungsszenario von einem Fleischprodukt auf einen Fleischersatz gewechselt hat, das Tierwohl als Beweggrund genannt. Es scheint, dass obwohl den Verbrauchern das Tierwohl wichtig ist, dies aber kein ausschlaggebendes Entscheidungskriterium beim Kauf von Fleischersatzprodukten ist.

Die Verfolgung von **Gesundheitszielen** hatte keinen Einfluss auf die Kaufintention von Fleischersatzprodukten. Der Stand des Wissens weist jedoch darauf hin, dass Gesundheit als Treiber für Fleischersatz dient und gesundheitliche Faktoren von Fleischersatzprodukten die Kaufintention positiv beeinflussen (Apostolidis & McLeay, 2016, S. 83; Jang & Cho, 2022, S. 1; Rööß et al., 2022, S. 6). Jedoch gilt anzumerken, dass die Forschungsliteratur in Bezug auf die gesundheitlichen Vorteile von Fleischersatzprodukten bisher zu keinem abschliessenden Fazit gelangt ist. Die Annäherung von Fleischersatzprodukten an Fleischoriginale führt dazu, dass die neuere Generation von Fleischersatz tendenziell häufig stark verarbeitet ist und Zusatzstoffe verwendet werden, um eine

zufriedenstellende Produktstruktur zu erreichen (Jahn et al., 2021, S. 4; Kołodziejczak et al., 2021, S. 2). Obwohl Forschungsergebnisse belegen, dass Fleischkonsum mit gesundheitsschädlichen Folgen in Zusammenhang steht, kann nicht angenommen werden, dass Fleischersatzprodukte durchwegs gesünder sind (McClements & Grossmann, 2021, S. 4082; Wang et al. 2016). McClements und Grossmann, 2021 (S. 4082) weisen darauf hin, dass Nährwertvergleiche zeigen, dass es erhebliche Unterschiede innerhalb von pflanzlichen Produkten gibt und die Tatsache, dass ein Produkt aus pflanzlichen Zutaten hergestellt wird, es nicht unbedingt gesünder macht. Angesichts dieser Erkenntnisse könnte geschlussfolgert werden, dass Gesundheitsziele keinen Einfluss auf Fleischersatzprodukte hatten, weil Fleischersatzprodukte von den Verbrauchern unterschiedlich gesund angesehen werden.

Die Ergebnisse der Befragung hat gezeigt, dass die **Verfolgung von Umweltzielen** einen signifikanten positiven Einfluss auf die Kaufintention von Fleischersatzprodukten hat. Hierbei konnte anhand eines einzigen Prädiktors bereits 27.5 % (korrigiertes  $R^2 = .275$ ) der Varianz von der Kaufintention von Fleischersatzprodukten erklärt werden. Umweltziele tragen einen entscheidenden Einfluss auf die Kaufintention von Fleischersatzprodukten bei. Dieser Befund deckt sich mit zahlreichen Forschungsstudien. Die Studie von Hwang et al. (2020, S. 9) konnte gleichermassen nachweisen, dass Nachhaltigkeit ein signifikanter Faktor für die Kaufbereitschaft von Fleischersatzprodukten war. Hinzu kommt, dass umweltfreundliches Verhalten in Zusammenhang mit der Einhaltung einer pflanzlichen Ernährungsweise steht (Krizanova et al., 2021). Aus den Studien von Cheah et al. (2020, S. 4-5) und Malek et al. (2019, S. 123) ging hervor, dass Verbraucher dazu neigen, eine positive Einstellung zur Reduzierung von Fleisch zu haben, insbesondere, wenn negative Auswirkungen auf die Umwelt wahrgenommen werden. Die Studie von Jang und Cho, 2022 (S. 1) zeigte, dass sich umweltbedingte Eigenschaften von Fleischersatzprodukten positiv auf die Kaufabsicht von Fleischersatzprodukten ausüben. Zudem wird das vorliegende Ergebnis von den Autoren Gómez-Luciano et al. (2019, S. 8) gestützt, dass nachhaltige Eigenschaften von Fleischersatzprodukten ein zentraler Faktor sind, der die Kaufbereitschaft beeinflusst.

Der Stand des Wissens zeigt, dass ein vorliegender **Zielkonflikt zwischen Tierwohl und Vorliebe für Fleischgeschmack** anhand von Fleischersatzprodukte aufgelöst werden könnte. Schliesslich würde eine Zunahme des Konsums von Fleischersatzprodukten die

Zahl der geschlachteten Tiere verringern (damit das Ziel von Tierwohl erfüllt wird) und gleichzeitig sollten Fleischersatzprodukte einen gleichwertigen Ersatz für Fleischprodukte bieten (damit das Ziel von Geschmack erfüllt wird) (McClements & Grossmann, 2021, S. 4082). Der Zielkonflikt Tierwohl und Geschmack hatte in der Arbeit jedoch keinen direkten signifikanten Einfluss auf die Kaufintention von Fleischersatzprodukten. Dies deckt sich nicht mit den Befunden der Studie von Pauer et al. (2022, S.18), welche besagen, dass ein auftretender Zielkonflikt mit der Reduzierung von Fleischkonsum einher geht. Hierbei gilt anzufügen, dass eine Reduzierung von Fleischkonsum nicht gleichzeitig mit einem Anstieg der Kaufintention von Fleischersatzprodukten einhergeht. Dieser Schluss wäre aber dennoch naheliegend.

Es scheint, dass weitere wichtige Einflussfaktoren existieren, welche die Kaufintention von Fleischersatzprodukten beeinflussen. Hierbei konnte anhand explorativer Analysen erste Anhaltspunkte gefunden werden. Die Ergebnisse zeigen, dass der Einfluss des latenten Zielkonflikts Tierwohl und Geschmack auf die Kaufintention von Fleischersatz vollständig durch einen erlebten Zielkonflikt vermittelt wird.

Obwohl der **Zielkonflikt Gesundheit und Geschmack** am ausgeprägtesten vorhanden war, hatte der Zielkonflikt keinen Einfluss auf die Kaufintention von Fleischersatzprodukten. Dieses Ergebnis weicht von den Ergebnissen von (Röös et al., 2022, S. 6) ab, welche besagen, dass Gesundheit als Treiber für Fleischersatzprodukten dient. Jedoch liegt auch hier die Vermutung nahe, dass Fleischersatzprodukte von Fleischkonsumenten nicht zwingendermassen als gesünder wahrgenommen werden als Fleischprodukte und für sie deshalb kein Mittel zur Zielerfüllung gilt (McClements & Grossmann, 2021, S. 4082). Auch konnte kein Einfluss des latenten Zielkonflikts über den erlebten Zielkonflikt auf die Kaufintention von Fleischersatzprodukten nachgewiesen werden.

Die Ergebnisse zeigen, dass der latente **Zielkonflikt Umwelt und Geschmack** die Kaufintention von Fleischersatzprodukten positiv beeinflusst. Obwohl weniger Streuung, nämlich 16.4 % (korrigiertes  $R^2 = .164$ ) als beim alleinigen Ziel Umwelt aufgedeckt werden konnte, liegt ein starker Effekt vor (Cohen, 1992, S. 99). Dieser Befund bietet erste Anhaltspunkte, dass konfligierende Ziele zwischen Umwelt und Geschmack anhand von Fleischersatzprodukten gelöst werden können. Dies ist insofern wichtig, weil Zielkonflikte im Zusammenhang mit abnehmendem Wohlbefinden, Lebenszufriedenheit,

Motivation und Zunahme von Depression, Ängsten und verschlechterten Stimmung stehen und aufgelöst werden sollten (Boudreaux & Ozer, 2013; Chartrand & Bargh, 2002, S. 32; Kelly et al., 2011; Riediger & Freund, 2004; Sun et al., 2021). Malek et al. (2019, S. 131) bekräftigen die Ergebnisse, insofern, dass Umwelt als ein zentraler Motivator für den Verzicht auf Fleisch darstellt. Auch kann die Annahme von Randers et al. (2021, S.4) gestützt werden, dass auf Fleischersatzprodukte zurückgegriffen wird, wenn damit in Konflikt stehende Ziele erfüllt werden sollen. Zudem gehen Cheah et al. (2020, S. 4-5) davon aus, dass umweltbedingte Gründe einen signifikanten Einfluss auf die Einstellung zur Reduzierung des Fleischkonsums haben.

**Weiterführende Erkenntnisse:** Anhand der durchgeführten Analysen zeigten sich weitere nennenswerte und interessante Erkenntnisse, die nachfolgend diskutiert werden sollen. Bei den beiden untersuchten **Entscheidungssituationen** der Befragung zeigte sich, dass ein Grossteil der Befragten bei ihrer ursprünglichen Entscheidung geblieben sind ( $n = 80$ , 67.0 %). Hierbei wurde in beiden Entscheidungssituationen der Fleischspieß am häufigsten gewählt. Dennoch wechselten 22.0 % ( $n = 26$ ) der Personen, welche bei der ersten Wahl einen Fleischspieß gewählt haben zu einem Fleischersatzprodukt. Dies lässt auf eine mögliche Tendenz schliessen, dass Fleischkonsumenten in gewissen Situationen bereit sind, auf Fleisch zu verzichten. Als weitere informative Erkenntnisse sind die dahinter liegenden Beweggründe für den Wechsel auf einen Fleischersatz. Hierbei wurde von den Teilnehmern, welche bei der zweiten Entscheidung auf einen Fleischersatz gewechselt haben, als häufigster Grund die Neugier ( $n = 13$ , 28 %) genannt, gefolgt vom Geschmack des Fleischersatzprodukts ( $n = 11$ , 23 %) sowie dem vorteilhaften Kompromiss des Fleischersatzprodukts ( $n = 8$ , 17 %). Dieser Befund entspricht den Erkenntnissen aus der Literatur. Hwang et al. (2020, S. 10) haben festgestellt, dass Neugier auf Fleischersatzprodukte der Hauptgrund für die Kaufabsicht war. Laut Michel et al. (2021, S. 1) wählen Fleischkonsumenten aufgrund von Neugierde Fleischersatzprodukte.

Aus der Analyse der genannten Beweggründe der Teilnehmer ging zudem hervor, dass der Geschmack ein essenzieller Treiber bei der Essensauswahl ist. Dies konnte sowohl, bei allen drei untersuchten Produkten festgestellt werden. Geschmack war sowohl bei der Wahl eines Fleisch-, Gemüse oder Fleischersatzprodukts der jeweils häufigste oder zweit häufigste genannte Grund für die jeweilige Entscheidung der Person. Ebenso zeigte die

Studie von Kourouniotis et al. (2016, S. 1), dass der Geschmack von Lebensmitteln eine wichtige Rolle bei der Lebensmittelauswahl darstellt.

Zudem konnte festgestellt werden, dass bereits die Mehrheit der Befragten Erfahrungen mit Fleischersatzprodukten gemacht hat. Es gilt jedoch zu erwähnen, dass sich Fleischprodukte bei Fleischkonsumenten weiterhin an grosser Beliebtheit erfreuen. Die Ergebnisse zeigten, dass die Teilnehmer eher zu Fleischprodukten als zu Fleischersatzprodukten zurückgreifen würden. Diese Ergebnisse stimmen mit den Befunden von Bundesamt für Landwirtschaft (2021, S. 8) überein. Aktuell machen Fleischprodukte die Mehrheit des gesamten Umsatzvolumens in der Schweiz aus und Fleischersatzprodukte stellen noch eine Nische dar.

Die Ergebnisse weisen auf einige interessante **Unterschiede zwischen Flexitarier und Omnivore** hin. Personen, welche sich selbst einer omnivoren Ernährungsweise zuordnen, weisen signifikant höhere Zielkonflikte von Geschmack und Tierwohl sowie Gesundheit und Geschmack auf als Personen, welche sich selbst als Flexitarier bezeichnen. Dies ist insofern interessant, weil aufgrund der Literaturrecherche anzunehmen war, dass Flexitarier höhere Zielkonflikte aufweisen würden. Basierend auf dem Stand des Wissens werden gesundheitliche Motive verstärkt von Flexitariern verfolgt (De Backer & Hudders, 2014, S. 639). Zudem sind sie mehr über das Tierwohl besorgt als Omnivore (De Backer & Hudders, 2015, S. 73). Infolgedessen war anzunehmen, dass die Zielkonflikte ausgeprägter bei Flexitariern vorzufinden sind. Das vorliegende Ergebnis könnte aber auch dadurch erklärt werden, dass Omnivore signifikant eine höhere Geschmacksmotivation für Fleisch aufweisen als Flexitarier und dadurch der Zielkonflikt aufgrund des Geschmacksziels verstärkt wird und nicht aufgrund von Tierwohl-, Gesundheits- oder Umweltzielen. Werden die Motive einzeln betrachtet, zeigt sich, dass Flexitarier durchaus eine höhere Motivation in Bezug auf Gesundheit, Tierwohl und Umwelt aufweisen als Omnivore. Diese Befunde stimmen wieder mit den literarischen Erkenntnissen überein.

Flexitarier stellen eine besonders interessante Zielgruppe für Fleischersatzprodukte dar. Wie erwähnt, weist die Verbraucherschicht eine höhere Motivation in Bezug auf Gesundheit, Tierwohl und Umwelt auf. Weiter verzichten Flexitarier bereits bewusst teilweise auf Fleisch, verspüren aber weiterhin das Verlangen nach Fleisch (Jahn et al., 2021, S.

11). Zudem zeigten die Ergebnisse der Befragung, dass die Wahrscheinlichkeit Fleischersatzprodukte zu kaufen bei Flexitariern signifikant höher ist als bei Omnivoren.

Weiter zeigten sich interessante **Unterschiede im Geschlecht**. Einerseits lagen bei Männern signifikante höhere Zielkonflikte von Gesundheit und Geschmack sowie Tierwohl und Geschmack vor als bei Frauen. Dies könnte möglicherweise aber auch darauf zurückzuführen sein, dass Männer in der Befragung höhere Geschmacksziele verfolgten als Frauen und deshalb insgesamt höhere Zielkonflikte vorliegen hatten. Die Ergebnisse von Piazza et al. (2015, S. 120) bestätigen den Befund, dass Männer höhere Geschmacks motive vertreten als Frauen.

### 7.1.3 **Schlussfazit**

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass sich ansatzweise erkennen lässt, dass Fleischersatzprodukte ein *Bestes aus beiden Welten* bieten können. Die Resultate der Befragung weisen darauf hin, dass, wenn Personen sich sowohl umweltfreundlich ernähren wollen und zudem eine Vorliebe für den Fleischgeschmack haben, Fleischersatzprodukte eine Möglichkeit bieten, diesen Konflikt zu lösen. Zudem weisen die Ergebnisse darauf hin, dass Fleischersatzprodukte im positiven Zusammenhang mit der gleichzeitigen Verfolgung von Tierwohlzielen und Geschmackszielen von Fleisch stehen und dies über einen erlebten situativen Zielkonflikt vermittelt wird. Des Weiteren begründeten 17 % ( $n = 8$ ) der Befragten ihre Entscheidung für die Wahl eines Fleischersatzproduktes damit, dass Fleischersatz einen vorteilhaften Kompromiss aus verschiedenen zu erfüllenden Zielen bietet und damit ein attraktives multifinales Mittel darstellt. In Bezug auf die Ernährungsform weisen Flexitariern eine höhere Kaufintention von Fleischersatzprodukten auf als Omnivore. Jedoch gilt zu berücksichtigen, dass Fleischprodukte bei Fleischkonsumenten weiterhin weiter oben auf der Speisekarte stehen. Obwohl bereits die Mehrheit der Konsumenten Erfahrungen mit Fleischersatzprodukten gemacht hat, ist ein Grossteil der Fleischkonsumenten weiterhin nicht davon überzeugt, dass Fleischersatzprodukte Fleischprodukte vollständig ersetzen können.

## 7.2 **Implikation für die Theorie und Praxis**

Die Arbeit leistet einen Beitrag zur Theorie, indem vorgängig Zielkonflikte bei Fleischkonsumenten literarisch aufgearbeitet wurden. Diese Problematik wurde anschliessend

durch die Betrachtungsweise eines bekannten und etablierten Modells in Verbindung gebracht. Dafür wurde auf die Goal-System-Theory von Kruglanski et al. (2002, 2015) zurückgegriffen. Diese Betrachtungsweise leistet einen neuen theoretischen Wissenszugang. Dadurch können Erklärungsansätze aufgezeigt werden, inwiefern Konsumenten beim Fleischkonsum konfliktbelastet sind und wie Fleischersatzprodukte als multifinales Mittel im Kontext von Fleischkonsum dienen können, um Zielkonflikte zu lösen.

Darüber hinaus liegt der aktuelle Forschungsschwerpunkt von Fleischersatzprodukten hauptsächlich auf der Untersuchung der wahrgenommenen Vorteile von Verbrauchern (Jang & Cho, 2022, S. 2). Jedoch wurden bislang wichtige Faktoren, die den Kaufprozess der Verbraucher beeinflussen, vernachlässigt und kaum untersucht (Jang & Cho, 2022, S. 2). Aufgrund dessen hat diese Arbeit Einflussfaktoren auf die Kaufintention untersucht und bedeutsame Faktoren wie zum Beispiel der Zielkonflikt zwischen Umwelt und Geschmack sowie Tierwohl und Geschmack ausfindig machen können.

Das Ziel der Arbeit war, Zielkonflikte von Fleischkonsum bei Verbrauchern und mögliche Coping-Strategien zu analysieren. Die Arbeit untersuchte unterschwellige psychologische Merkmale, welche bei der Entscheidung für oder gegen Fleischkonsum relevant sein können und machte diese erkennbar. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse sind insofern praxisrelevant, da diese helfen, Konsumenten und deren Konsumverhalten besser zu verstehen. Die Arbeit bietet Einblicke darüber, was Konsumenten bei Essensentscheidungen antreibt und was sie für oder gegen den Fleischkonsum beeinflusst.

Vor dem Hintergrund des Klimawandels, der öffentlichen Gesundheit sowie aus ethischen Gründen wächst das Bewusstsein, den Fleischkonsum zu reduzieren (Bryant & Sanctorum, 2021; Sucapane et al., 2021, S. 1). Zahlreiche Unternehmen haben dies erkannt und sich den Bedürfnissen der Konsumenten angenommen und daher Ersatzprodukte entwickelt (Bundesamt für Landwirtschaft, 2021, S. 5). Fleischersatzprodukte helfen bei der Reduzierung des Fleischkonsums (McClements & Grossmann, 2021, S. 4082). Die Ergebnisse der Befragung haben zudem gezeigt, dass die gleichzeitige Verfolgung von nachhaltigen Zielen sowie das Mögen des Fleischgeschmacks dazu führt, dass die Kaufintention von Fleischersatzprodukten steigt. Aus diesen gewonnenen Erkenntnissen lassen sich folgende Implikationen für die Praxis ableiten.

Unternehmen sollten zeitgleich beide Motive ansprechen und kommunizieren, um die Kaufintention von Fleischersatzprodukten zu steigern. Es sollten mögliche Vorteile eines multifinalen Mittels hervorgehoben werden, welche die Verbraucher darauf hinweist, dass sie mit einem Mittel gleichzeitig mehrere Ziele erreichen können. Beispielsweise könnten Konsumenten, welche in einem Konflikt stehen, damit angesprochen werden, dass durch den Kauf eines Fleischersatzproduktes der mögliche Stress zwischen dem Ziel etwas Gutes für die Umwelt zu leisten und dem Wunsch nach dem Geschmack von Fleisch gelöst werden kann. Der Umwelt – Geschmack Konflikt ist zu einem hohen Anteil bei Fleischkonsumenten vorhanden und weist für Unternehmen daher grosse Relevanz auf. Aufgrund dessen wird Unternehmen von Fleischersatzprodukten empfohlen, eine Marketingstrategie zu entwickeln, welche insbesondere Umwelt- und Geschmacksziele aufgreift. Jedoch gilt zu berücksichtigen, dass mit Botschaften, die Notwendigkeit zu Änderungen im Verhalten zur Bewältigung des Klimawandels vorsichtig umgegangen werden muss. Die Studie von Palm et al. (2020, S. 827) zeigte, dass Empfehlungen für nachhaltige Verhaltensänderungen die Bereitschaft verringerten persönliche Massnahmen zur Reduzierung von Treibhausgasen zu ergreifen. Hierzu braucht es mehr Forschungsarbeit.

Die weiterführenden Auswertungen haben gezeigt, dass besonders Flexitarier eine interessante Zielgruppe für Fleischersatzprodukte bilden. Einerseits weisen sie einen höhere Kaufintention von Fleischersatzprodukten auf, andererseits verfolgen sie vermehrt motivationale Tierwohl-, Gesundheits- und Umweltziele als Omnivore und stehen dadurch vermehrt im Spannungsfeld zwischen der Entscheidung für oder gegen eine pflanzenbasierte Ernährung.

Des Weiteren ging aus den Analysen hervor, dass omnivore Personen aktuell ein geringeres Interesse an Fleischersatzprodukten zeigen und diese hauptsächlich aus Neugierde konsumiert werden. Vor diesem Hintergrund wird Unternehmen empfohlen, eine langfristige Marketingstrategie zu entwickeln, welche den Konsumenten die Vorteile von Fleischersatzprodukten gegenüber Fleischprodukten aufzeigt und dadurch die Neugierde erhöht und ein spontanes Essverhalten in eine Gewohnheit überführen kann.

### **7.3 Limitationen und zukünftige Forschung**

Für die Arbeit liegen Limitationen vor, welche im folgenden Abschnitt behandelt werden. Die vorgenommene Untersuchung basiert auf einem Convenience Sample und aufgrund dessen liegt eine eingeschränkte Repräsentativität vor (Döring & Bortz, 2016, S. 305). Zudem muss angenommen werden, dass ein Selbstelektionsbias vorliegt. Diese Verzerrung liegt vor, wenn Personen, die sich besonders für das untersuchte Thema interessieren und aufgrund dessen eher an der Befragung teilnehmen als andere Personen mit weniger Interesse (Pötschke, 2010, S. 52).

Weiter liegen für diese Arbeit ausschliesslich Querschnittsdaten vor. Dadurch können nur beschränkt Aussagen über kausale Beziehung der Merkmale sowie über die fortwährende Auflösung eines Zielkonflikts anhand von Fleischersatzprodukten gemacht werden (Stein, 2019, S. 142). Für die weitere Untersuchung dieser Aspekte müsste eine Längsschnittstudie in Betracht gezogen werden (Stein, 2019, S. 142).

Wie in Kapitel 6.6 hingewiesen, lag bei den erhobenen Daten keine Normalverteilung des Fehlerwerts vor. Dies kann zu ungültigen Signifikanztests führen, jedoch nur, wenn die Stichprobengrösse klein ist (Backhaus et al., 2016, S. 111). Da dies nicht der Fall ist, kann von einem geringen Risiko ausgegangen werden.

Zudem besteht die Wahrscheinlichkeit, dass die Auswertung der Freitext-Antworten Subjektivität unterliegt (Hussy et al., 2013, S. 255). Die Freitext-Antworten hatten primär das Ziel, Aufschluss über interessante Sachverhalte zu geben und dienten ausschliesslich für weiterführende Erkenntnisse und lieferten erste Anhaltspunkte für die Beweggründe der Teilnehmer. (Döring & Bortz, 2016, S. 408).

Ebenfalls gilt zu erwähnen, dass die Daten auf einer Befragung basieren und daher die Bewertung des Geschmacks hypothetisch erfolgte (Michel et al., 2021, S. 7). Darüber hinaus wurde bei der Befragung lediglich die Kaufintention der Teilnehmer abgefragt und nicht das tatsächliche Kaufverhalten und deshalb können nur beschränkt Aussagen über das tatsächliche Verhalten gemacht werden.

In Kapitel 5.2.1 wurde darauf hingewiesen, dass Geschmack anhand von zwei literaturbasierten Skalen erfasst wurde. Aufgrund der Zweifaktorenstruktur wurden die Analysen ausschliesslich mit einem Faktor durchgeführt. Vor diesem Hintergrund wäre es

interessant, die unterschiedlichen Dimensionen des Konstrukts Geschmack und den Einfluss auf den Zielkonflikt und die Kaufintention weiter zu untersuchen.

Angesichts des vorgeschlagenen Erklärungsansatzes, dass Gesundheitsziele keinen Einfluss auf Fleischersatzprodukte hatten, weil Fleischersatzprodukte unterschiedlich gesund von Verbrauchern aufgefasst werden, könnten weitere Forschungsarbeiten untersuchen, inwiefern gesundheitliche Aspekte von Fleischersatzprodukten von Konsumenten aufgefasst werden. Zudem scheint in der Literatur bislang keine abschliessende Einigkeit über die effektiven gesundheitlichen Vorteile von Fleischersatzprodukten zu herrschen. Diesbezüglich könnte weitere Forschung im Bereich der Lebensmittelwissenschaft spannende Einblicke bieten.

Darüber hinaus wurden explorative Zusammenhänge zwischen expliziten und latenten Zielkonflikten sowie deren Einfluss auf die Kaufintention untersucht und bedeutsame Zusammenhänge gefunden. Durch weiterführende Untersuchungen könnte das Zusammenspiel von expliziten und impliziten Zielkonflikten weiter untersucht werden. Hierfür wäre es interessant, den erlebten Zielkonflikt anhand einer eigenständigen Studie genauer zu analysieren.

Wie bereits von Autoren anderer Forschungsstudien im Kontext von Fleischkonsum aufgegriffen, wird angenommen, dass die durchgeführten Studien kulturell beeinflusst werden (Bryant & Sanctorum, 2021; Pauer et al., 2022, S. 19; Siegrist & Hartmann, 2019, S. 201). Dies ist auch bei dieser Arbeit anzunehmen. Es zeigt sich, dass die Bedeutung und der Konsum von Fleisch kulturell geprägt sind (Pauer et al., 2022, S. 19. Vor diesem Hintergrund wäre es interessant zu untersuchen, wie motivationale Zielkonflikte und Coping-Strategien in unterschiedlichen Kulturen auftreten und gelöst werden.

Abschliessend weisen die aufgeführten, jedoch nicht weiter behandelten motivationalen Treiber und Barrieren von Fleischkonsum aus Kapitel 2.3, wie z.B. soziale Normen, Gewohnheit oder Ekel vor Fleisch, weiteren Forschungsbedarf. In diesem Zusammenhang wäre es interessant, Studien mit weiteren Treibern und Barrieren durchzuführen. Dadurch könnten weitere bedeutsame Einblicke in das komplexe Zusammenspiel von Zielkonflikten und der Auflösung von Konflikten bei Konsumenten gewonnen werden.

## 8 Literaturverzeichnis

- Al-Swidi, A., Mohammed Rafiul Huque, S., Haroon Hafeez, M., & Noor Mohd Shariff, M. (2014). The role of subjective norms in theory of planned behavior in the context of organic food consumption. *British Food Journal*, *116*(10), 1561–1580. <https://doi.org/10.1108/BFJ-05-2013-0105>
- Apostolidis, C., & McLeay, F. (2016). Should we stop meating like this? Reducing meat consumption through substitution. *Food Policy*, *65*, 74–89. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2016.11.002>
- Backhaus, K., Erichson, B., Plinke, W., & Weiber, R. (2016). *Multivariate Analysemethoden: Eine anwendungsorientierte Einführung* (14. Auflage). Springer Gabler.
- Bargh, J. A., Gollwitzer, P. M., Lee-Chai, A., Barndollar, K., & Trötschel, R. (2001). The automated will: Nonconscious activation and pursuit of behavioral goals. *Journal of Personality and Social Psychology*, *81*(6), 1014–1027. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.81.6.1014>
- Bargh, J. A., Gollwitzer, P. M., & Oettingen, G. (2010). Motivation. In S. T. Fiske, D. T. Gilbert, & G. Lindzey (Hrsg.), *Handbook of Social Psychology* (S. 268-316). John Wiley & Sons, Inc. <https://doi.org/10.1002/9780470561119.socpsy001008>
- Battaglia Richi, E., Baumer, B., Conrad, B., Darioli, R., Schmid, A., & Keller, U. (2015). Health Risks Associated with Meat Consumption: A Review of Epidemiological Studies. *International Journal for Vitamin and Nutrition Research*, *85*(1–2), 70–78. <https://doi.org/10.1024/0300-9831/a000224>
- Becker, E., & Lawrence, N. S. (2021). Meat disgust is negatively associated with meat intake – Evidence from a cross-sectional and longitudinal study. *Appetite*, *164*, 105299. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105299>
- Bélanger, J. J., Schori-Eyal, N., Pica, G., Kruglanski, A. W., & Lafrenière, M.-A. (2015). The “more is less” effect in equifinal structures: Alternative means reduce the intensity and quality of motivation. *Journal of Experimental Social Psychology*, *60*, 93–102. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2015.05.005>

- Berekoven, L., Eckert, W., & Ellenrieder, P. (2009). *Marktforschung: Methodische Grundlagen und praktische Anwendung*. Gabler Verlag / GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-8349-8267-4>
- Bohrer, B. M. (2019). An investigation of the formulation and nutritional composition of modern meat analogue products. *Food Science and Human Wellness*, 8(4), 320–329. <https://doi.org/10.1016/j.fshw.2019.11.006>
- Boudreaux, M. J., & Ozer, D. J. (2013). Goal conflict, goal striving, and psychological well-being. *Motivation and Emotion*, 37(3), 433–443. <https://doi.org/10.1007/s11031-012-9333-2>
- Brandenburg, T., & Thielsch, M. T. (2009). *Praxis der Wirtschaftspsychologie: Themen und Fallbeispiele für Studium und Anwendung*. Haus Monsenstein und Vannerdat.
- Bryant, C., & Sanctorem, H. (2021). Alternative proteins, evolving attitudes: Comparing consumer attitudes to plant-based and cultured meat in Belgium in two consecutive years. *Appetite*, 161, 105161. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105161>
- Bundesamt für Landwirtschaft. (2021). *Bundesamt für Landwirtschaft, Der Schweizer Fleischersatz-Report*. <https://www.blw.admin.ch/blw/de/home/markt/marktbeobachtung/land--und-ernaehrungswirtschaft/fleischersatz.html>
- Burroughs, J. E., & Rindfleisch, A. (2002). Materialism and Well-Being: A Conflicting Values Perspective. *Journal of Consumer Research*, 29(3), 348–370. <https://doi.org/10.1086/344429>
- Buttlar, B., & Walther, E. (2019). Dealing with the meat paradox: Threat leads to moral disengagement from meat consumption. *Appetite*, 137, 73–80. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2019.02.017>
- Buttlar, B., & Walther, E. (2022). Escaping from the meat paradox: How morality and disgust affect meat-related ambivalence. *Appetite*, 168, 105721. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105721>
- Chartrand, T. L., & Bargh, J. A. (2002). Nonconscious motivations: Their activation, operation, and consequences. In A. Tesser, D. A. Stapel, & J. V. Wood (Hrsg.), *Self and motivation: Emerging psychological perspectives*. (S. 13–41). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/10448-001>

- Cheah, I., Sadat Shimul, A., Liang, J., & Phau, I. (2020). Drivers and barriers toward reducing meat consumption. *Appetite*, *149*, 104636. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2020.104636>
- Choudhury, D., Singh, S., Seah, J. S. H., Yeo, D. C. L., & Tan, L. P. (2020). Commercialization of Plant-Based Meat Alternatives. *Trends in Plant Science*, *25*(11), 1055–1058. <https://doi.org/10.1016/j.tplants.2020.08.006>
- Chun, W. Y., Kruglanski, A. W., Sleeth-Keppler, D., & Friedman, R. S. (2011). Multifinality in implicit choice. *Journal of Personality and Social Psychology*, *101*(5), 1124–1137. <https://doi.org/10.1037/a0023778>
- Cohen, J. (1992). Statistical Power Analysis. *Current Directions in Psychological Science*, *1*(3), 98–101. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.ep10768783>
- Collier, E. S., Oberrauter, L.-M., Normann, A., Norman, C., Svensson, M., Niimi, J., & Bergman, P. (2021). Identifying barriers to decreasing meat consumption and increasing acceptance of meat substitutes among Swedish consumers. *Appetite*, *167*, 105643. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105643>
- Coop Medienstelle. (2022). *Studie zum -pflanzenbasierten Genuss in der Schweiz Plant Based Food Report 2022*. <https://www.coop.ch/content/dam/Medien/Medienmitteilung/2022/Mehr-als-jede-vierte-Person-isst-regelmaessig-pflanzliche-Ersatzprodukte/Mehr-als-jede-vierte-Person-isst-regelmaessig-pflanzliche-Ersatzprodukte-DE.pdf>
- Couper, M. P. (2011). The Future of Modes of Data Collection. *Public Opinion Quarterly*, *75*(5), 889–908. <https://doi.org/10.1093/poq/nfr046>
- Dagevos, H. (2021). Finding flexitarians: Current studies on meat eaters and meat reducers. *Trends in Food Science & Technology*, *114*, 530–539. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2021.06.021>
- Davitt, E. D., Winham, D. M., Heer, M. M., Shelley, M. C., & Knoblauch, S. T. (2021). Predictors of Plant-Based Alternatives to Meat Consumption in Midwest University Students. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, *53*(7), 564–572. <https://doi.org/10.1016/j.jneb.2021.04.459>
- De Backer, C. J. S., & Hudders, L. (2014). From Meatless Mondays to Meatless Sundays:

- Motivations for Meat Reduction among Vegetarians and Semi-vegetarians Who Mildly or Significantly Reduce Their Meat Intake. *Ecology of Food and Nutrition*, 53(6), 639–657. <https://doi.org/10.1080/03670244.2014.896797>
- De Backer, C. J. S., & Hudders, L. (2015). Meat morals: Relationship between meat consumption consumer attitudes towards human and animal welfare and moral behavior. *Meat Science*, 99, 68–74. <https://doi.org/10.1016/j.meatsci.2014.08.011>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior*. Springer US. <https://doi.org/10.1007/978-1-4899-2271-7>
- Dekkers, B. L., Boom, R. M., & van der Goot, A. J. (2018). Structuring processes for meat analogues. *Trends in Food Science & Technology*, 81, 25–36. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2018.08.011>
- Dominick, J. K., & Cole, S. (2020). Goals as identities: Boosting perceptions of healthy-eater identity for easier goal pursuit. *Motivation and Emotion*, 44(3), 410–426. <https://doi.org/10.1007/s11031-020-09824-8>
- Dorard, G., & Mathieu, S. (2021). Vegetarian and omnivorous diets: A cross-sectional study of motivation, eating disorders, and body shape perception. *Appetite*, 156, 104972. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2020.104972>
- Döring, N., & Bortz, J. (2016). *Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften*. (5. Auflage). Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-41089-5>
- Dziuban, C. D., & Shirkey, E. C. (1974). When is a correlation matrix appropriate for factor analysis? Some decision rules. *Psychological Bulletin*, 81(6), 358–361. <https://doi.org/10.1037/h0036316>
- Eckl, M. R., Biesbroek, S., van't Veer, P., & Geleijnse, J. M. (2021). Replacement of Meat with Non-Meat Protein Sources: A Review of the Drivers and Inhibitors in Developed Countries. *Nutrients*, 13(10), 3602. <https://doi.org/10.3390/nu13103602>
- Fishbach, A., Friedman, R. S., & Kruglanski, A. W. (2003). Leading us not into temptation: Momentary allurements elicit overriding goal activation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(2), 296–309. <https://doi.org/10.1037/0022->

- Forestell, C. A. (2018). Flexitarian Diet and Weight Control: Healthy or Risky Eating Behavior? *Frontiers in Nutrition*, *5*, 59. <https://doi.org/10.3389/fnut.2018.00059>
- Furchheim, P. (2016). *Grüner Materialismus*. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-11715-3>
- Furchheim, P. (2021). *Wissenschaftliches Arbeiten: Angewandte quantitative Methoden [Vorlesungsskript]*. ZHAW School of Management and Law.
- Furchheim, P., Martin, C., & Morhart, F. (2020). Being green in a materialistic world: Consequences for subjective well-being. *Psychology & Marketing*, *37*(1), 114–130. <https://doi.org/10.1002/mar.21285>
- Godfray, H. C. J., Aveyard, P., Garnett, T., Hall, J. W., Key, T. J., Lorimer, J., Pierrehumbert, R. T., Scarborough, P., Springmann, M., & Jebb, S. A. (2018). Meat consumption, health, and the environment. *Science*, *361*(6399), eaam5324. <https://doi.org/10.1126/science.aam5324>
- Gómez-Luciano, C. A., de Aguiar, L. K., Vriesekoop, F., & Urbano, B. (2019). Consumers' willingness to purchase three alternatives to meat proteins in the United Kingdom, Spain, Brazil and the Dominican Republic. *Food Quality and Preference*, *78*, 103732. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2019.103732>
- Graça, J., Godinho, C. A., & Truninger, M. (2019). Reducing meat consumption and following plant-based diets: Current evidence and future directions to inform integrated transitions. *Trends in Food Science & Technology*, *91*, 380–390. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2019.07.046>
- Häder, M. (2015). Pretests. In M. Häder (Hrsg.), *Empirische Sozialforschung* (S. 395–411). Springer Fachmedien Wiesbaden. [https://doi.org/10.1007/978-3-531-19675-6\\_8](https://doi.org/10.1007/978-3-531-19675-6_8)
- Hayes, A. F. (2018). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach* (2. Auflage). Guilford Press.
- He, J., Evans, N. M., Liu, H., & Shao, S. (2020). A review of research on plant-based meat alternatives: Driving forces, history, manufacturing, and consumer attitudes.

- Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety*, 19(5), 2639–2656.  
<https://doi.org/10.1111/1541-4337.12610>
- Hibbeln, J. R., Northstone, K., Evans, J., & Golding, J. (2018). Vegetarian diets and depressive symptoms among men. *Journal of Affective Disorders*, 225, 13–17.  
<https://doi.org/10.1016/j.jad.2017.07.051>
- Higginbottom, G. M. A. (2004). Sampling issues in qualitative research. *Nurse Researcher*, 12(1), 7–19. <https://doi.org/10.7748/nr2004.07.12.1.7.c5927>
- Hirsh, J. B., & Kang, S. K. (2016). Mechanisms of Identity Conflict: Uncertainty, Anxiety, and the Behavioral Inhibition System. *Personality and Social Psychology Review*, 20(3), 223–244. <https://doi.org/10.1177/1088868315589475>
- Homburg, C. (2017). *Marketingmanagement: Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung* (6. Auflage). Springer Gabler. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-13656-7>
- Hopwood, C. J., Bleidorn, W., Schwaba, T., & Chen, S. (2020). Health, environmental, and animal rights motives for vegetarian eating. *PLOS ONE*, 15(4), e0230609. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0230609>
- Hopwood, C. J., Piazza, J., Chen, S., & Bleidorn, W. (2021). Development and validation of the motivations to Eat Meat Inventory. *Appetite*, 163, 105210. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105210>
- Hu, W., Hünneimyer, A., Veeman, M., Adamowicz, W., & Srivastava, L. (2004). Trading off health, environmental and genetic modification attributes in food. *European Review of Agriculture Economics*, 31(3), 389–408. <https://doi.org/10.1093/erae/31.3.389>
- Hussy, W., Schreier, M., & Echterhoff, G. (2013). *Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften für Bachelor* (2. Auflage). Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-34362-9>
- Hwang, J., You, J., Moon, J., & Jeong, J. (2020). Factors Affecting Consumers' Alternative Meats Buying Intentions: Plant-Based Meat Alternative and Cultured Meat. *Sustainability*, 12(14), 5662. <https://doi.org/10.3390/su12145662>

- Jahn, S., Furchheim, P., & Strässner, A.-M. (2021). Plant-Based Meat Alternatives: Motivational Adoption Barriers and Solutions. *Sustainability*, *13*(23), 13271. <https://doi.org/10.3390/su132313271>
- Jang, H.-W., & Cho, M. (2022). What Attributes of Meat Substitutes Matter Most to Consumers? The Role of Sustainability Education and the Meat Substitutes Perceptions. *Sustainability*, *14*(9), 4866. <https://doi.org/10.3390/su14094866>
- Joshi, V., & Kumar, S. (2015). Meat Analogues: Plant based alternatives to meat products- A review. *International Journal of Food and Fermentation Technology*, *5*(2), 107. <https://doi.org/10.5958/2277-9396.2016.00001.5>
- Kaczmarska, K., Taylor, M., Piyasiri, U., & Frank, D. (2021). Flavor and Metabolite Profiles of Meat, Meat Substitutes, and Traditional Plant-Based High-Protein Food Products Available in Australia. *Foods*, *10*(4), 801. <https://doi.org/10.3390/foods10040801>
- Kelly, R. E., Mansell, W., & Wood, A. M. (2011). Goal conflict and ambivalence interact to predict depression. *Personality and Individual Differences*, *50*(4), 531–534. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2010.11.018>
- Kemper, J. A., & White, S. K. (2021). Young adults' experiences with flexitarianism: The 4Cs. *Appetite*, *160*, 105073. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2020.105073>
- Kerslake, E., Kemper, J. A., & Conroy, D. (2022). What's your beef with meat substitutes? Exploring barriers and facilitators for meat substitutes in omnivores, vegetarians, and vegans. *Appetite*, *170*, 105864. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105864>
- Knaapila, A., Michel, F., Jouppila, K., Sontag-Strohm, T., & Piironen, V. (2022). Millennials' Consumption of and Attitudes toward Meat and Plant-Based Meat Alternatives by Consumer Segment in Finland. *Foods*, *11*(3), 456. <https://doi.org/10.3390/foods11030456>
- Kołodziejczak, K., Onopiuk, A., Szpicer, A., & Poltorak, A. (2021). Meat Analogues in the Perspective of Recent Scientific Research: A Review. *Foods*, *11*(1), 105. <https://doi.org/10.3390/foods11010105>
- Kopetz, C. E., Kruglanski, A. W., Arens, Z. G., Etkin, J., & Johnson, H. M. (2012). The

- dynamics of consumer behavior: A goal systemic perspective. *Journal of Consumer Psychology*, 22(2), 208–223. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2011.03.001>
- Köpetz, C., Faber, T., Fishbach, A., & Kruglanski, A. W. (2011). The multifinality constraints effect: How goal multiplicity narrows the means set to a focal end. *Journal of Personality and Social Psychology*, 100(5), 810–826. <https://doi.org/10.1037/a0022980>
- Kopetz, C., & Orehek, E. (2015). When the End Justifies the Means: Self-Defeating Behaviors as “Rational” and “Successful” Self-Regulation. *Current Directions in Psychological Science*, 24(5), 386–391. <https://doi.org/10.1177/0963721415589329>
- Kourouniotis, S., Keast, R. S. J., Riddell, L. J., Lacy, K., Thorpe, M. G., & Cicerale, S. (2016). The importance of taste on dietary choice, behaviour and intake in a group of young adults. *Appetite*, 103, 1–7. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2016.03.015>
- Krizanova, J., Rosenfeld, D. L., Tomiyama, A. J., & Guardiola, J. (2021). Pro-environmental behavior predicts adherence to plant-based diets. *Appetite*, 163, 105243. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105243>
- Kruglanski, A. W., Chernikova, M., Babush, M., Dugas, M., & Schumpe, B. M. (2015). The Architecture of Goal Systems. In A. J. Elliot (Hrsg.), *Advances in Motivation Science* (S. 69–98). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/bs.adms.2015.04.001>
- Kruglanski, A. W., Köpetz, C., Bélanger, J. J., Chun, W. Y., Orehek, E., & Fishbach, A. (2013). Features of Multifinality. *Personality and Social Psychology Review*, 17(1), 22–39. <https://doi.org/10.1177/1088868312453087>
- Kruglanski, A. W., Pierro, A., & Sheveland, A. (2011). How many roads lead to Rome? Equifinality set-size and commitment to goals and means. *European Journal of Social Psychology*, 41(3), 344–352. <https://doi.org/10.1002/ejsp.780>
- Kruglanski, A. W., Shah, J. Y., Fishbach, A., Friedman, R., Woo Young Chun, & Sleeth-Keppler, D. (2002). A theory of goal systems. In M. P. Zanna (Hrsg.), *Advances in Experimental Social Psychology* (S. 331–378). Elsevier. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(02\)80008-9](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(02)80008-9)
- Kuss, A., Wildner, R., & Kreis, H. (2018). *Marktforschung: Datenerhebung und*

- Datenanalyse* (6. Auflage). Springer Gabler. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-20566-9>
- Kyriakopoulou, K., Dekkers, B., & van der Goot, A. J. (2019). Plant-Based Meat Analogues. In C. M. Galanakis (Hrsg.), *Sustainable Meat Production and Processing* (S. 103–126). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-814874-7.00006-7>
- Lea, E., & Worsley, A. (2001). Influences on meat consumption in Australia. *Appetite*, *36*(2), 127–136. <https://doi.org/10.1006/appe.2000.0386>
- Lea, E., & Worsley, A. (2003). Benefits and barriers to the consumption of a vegetarian diet in Australia. *Public Health Nutrition*, *6*(5), 505–511. <https://doi.org/10.1079/PHN2002452>
- Leitzmann, C. (2014). Vegetarian nutrition: Past, present, future. *The American Journal of Clinical Nutrition*, *100*(suppl\_1), 496S-502S. <https://doi.org/10.3945/ajcn.113.071365>
- Lentz, G., Connelly, S., Miroso, M., & Jowett, T. (2018). Gauging attitudes and behaviours: Meat consumption and potential reduction. *Appetite*, *127*, 230–241. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2018.04.015>
- Leroy, F., & Praet, I. (2015). Meat traditions. The co-evolution of humans and meat. *Appetite*, *90*, 200–211. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.03.014>
- Lin-Schilstra, L., & Fischer, A. R. H. (2020). Consumer Moral Dilemma in the Choice of Animal-Friendly Meat Products. *Sustainability*, *12*(12), 4844. <https://doi.org/10.3390/su12124844>
- Loughnan, S., Bastian, B., & Haslam, N. (2014). The Psychology of Eating Animals. *Current Directions in Psychological Science*, *23*(2), 104–108. <https://doi.org/10.1177/0963721414525781>
- Loughnan, S., Haslam, N., & Bastian, B. (2010). The role of meat consumption in the denial of moral status and mind to meat animals. *Appetite*, *55*(1), 156–159. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2010.05.043>
- Malek, L., Umberger, W., & Goddard, E. (2019). Is anti-consumption driving meat consumption changes in Australia? *British Food Journal*, *121*(1), 123–138.

<https://doi.org/10.1108/BFJ-03-2018-0183>

- Markowski, K. L., & Roxburgh, S. (2019). “If I became a vegan, my family and friends would hate me:” Anticipating vegan stigma as a barrier to plant-based diets. *Appetite*, *135*, 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2018.12.040>
- McClements, D. J., & Grossmann, L. (2021). The science of plant-based foods: Constructing next-generation meat, fish, milk, and egg analogs. *Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety*, *20*(4), 4049–4100. <https://doi.org/10.1111/1541-4337.12771>
- Mekonnen, M. M., & Hoekstra, A. Y. (2012). A Global Assessment of the Water Footprint of Farm Animal Products. *Ecosystems*, *15*(3), 401–415. <https://doi.org/10.1007/s10021-011-9517-8>
- Michel, F., Hartmann, C., & Siegrist, M. (2021). Consumers’ associations, perceptions and acceptance of meat and plant-based meat alternatives. *Food Quality and Preference*, *87*, 104063. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2020.104063>
- Milfont, T. L. (2009). The effects of social desirability on self-reported environmental attitudes and ecological behaviour. *The Environmentalist*, *29*(3), 263–269. <https://doi.org/10.1007/s10669-008-9192-2>
- Milyavskaya, M., & Werner, K. M. (2021). *An integrative model of goal pursuit* [Preprint]. PsyArXiv. <https://doi.org/10.31234/osf.io/qydpv>
- Moosbrugger, H., & Kelava, A. (2012). *Testtheorie und Fragebogenkonstruktion*. Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-20072-4>
- Moosbrugger, H., & Kelava, A. (2020). *Testtheorie und Fragebogenkonstruktion*. Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-61532-4>
- North, M., Klas, A., Ling, M., & Kothe, E. (2021). A qualitative examination of the motivations behind vegan, vegetarian, and omnivore diets in an Australian population. *Appetite*, *167*, 105614. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105614>
- Palm, R., Bolsen, T., & Kingsland, J. T. (2020). “Don’t Tell Me What to Do”: Resistance to Climate Change Messages Suggesting Behavior Changes. *Weather, Climate, and Society*, *12*(4), 827–835. <https://doi.org/10.1175/WCAS-D-19-0141.1>

- Pauer, S., Rutjens, B. T., Ruby, M. B., Perino, G., & van Harreveld, F. (2022). Meating Conflict: Toward a Model of Ambivalence-Motivated Reduction of Meat Consumption. *Foods, 11*(7), 921. <https://doi.org/10.3390/foods11070921>
- Penna Franca, P. A., Duque-Estrada, P., da Fonseca e Sá, B. F., van der Goot, A. J., & Pierucci, A. P. T. R. (2022). Meat substitutes - past, present, and future of products available in Brazil: Changes in the nutritional profile. *Future Foods, 5*, 100133. <https://doi.org/10.1016/j.fufo.2022.100133>
- Peterson, R. A. (1994). A Meta-Analysis of Cronbach's Coefficient Alpha. *Journal of Consumer Research, 21*(2), 381. <https://doi.org/10.1086/209405>
- Piazza, J., Ruby, M. B., Loughnan, S., Luong, M., Kulik, J., Watkins, H. M., & Seigerman, M. (2015). Rationalizing meat consumption. The 4Ns. *Appetite, 91*, 114–128. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.04.011>
- Pohjolainen, P., Vinnari, M., & Jokinen, P. (2015). Consumers' perceived barriers to following a plant-based diet. *British Food Journal, 117*(3), 1150–1167. <https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2013-0252>
- Pötschke, M. (2010). Datengewinnung und Datenaufbereitung. In C. Wolf & H. Best (Hrsg.), *Handbuch der sozialwissenschaftlichen Datenanalyse* (S. 41–64). VS Verlag für Sozialwissenschaften. [https://doi.org/10.1007/978-3-531-92038-2\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-531-92038-2_3)
- PresseBox. (2019). *Resilienz: Ein Rückblick und ein Ausblick*. <https://www.pressebox.de/pressemitteilung/seqis-software-testing-gmbh/Resilienz-Ein-Rueckblick-und-ein-Ausblick/boxid/974893>
- Qualtrics. (2022). *Qualtrics*. <https://www.qualtrics.com/de/>
- Randers, L., Grønhøj, A., & Thøgersen, J. (2021). Coping with multiple identities related to meat consumption. *Psychology & Marketing, 38*(1), 159–182. <https://doi.org/10.1002/mar.21432>
- Reed, A., Forehand, M. R., Puntoni, S., & Warlop, L. (2012). Identity-based consumer behavior. *International Journal of Research in Marketing, 29*(4), 310–321. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2012.08.002>
- Riediger, M., & Freund, A. M. (2004). Interference and Facilitation among Personal

- Goals: Differential Associations with Subjective Well-Being and Persistent Goal Pursuit. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30(12), 1511–1523. <https://doi.org/10.1177/0146167204271184>
- Röös, E., de Groote, A., & Stephan, A. (2022). Meat tastes good, legumes are healthy and meat substitutes are still strange—The practice of protein consumption among Swedish consumers. *Appetite*, 174, 106002. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2022.106002>
- Rosencrantz, H. (2008). Properties of Goal Systems: Consistency, Conflict, and Coherence. *Studia Logica*, 89(1), 37–58. <https://doi.org/10.1007/s11225-008-9117-6>
- Rothgerber, H. (2014). A comparison of attitudes toward meat and animals among strict and semi-vegetarians. *Appetite*, 72, 98–105. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2013.10.002>
- Rothgerber, H. (2020). Meat-related cognitive dissonance: A conceptual framework for understanding how meat eaters reduce negative arousal from eating animals. *Appetite*, 146, 104511. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2019.104511>
- Rothgerber, H., & Rosenfeld, D. L. (2021). Meat-related cognitive dissonance: The social psychology of eating animals. *Social and Personality Psychology Compass*, 15(5). <https://doi.org/10.1111/spc3.12592>
- Rozin, P., Markwith, M., & Stoess, C. (1997). Moralization and Becoming a Vegetarian: The Transformation of Preferences Into Values and the Recruitment of Disgust. *Psychological Science*, 8(2), 67–73. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.1997.tb00685.x>
- Rubio, N. R., Xiang, N., & Kaplan, D. L. (2020). Plant-based and cell-based approaches to meat production. *Nature Communications*, 11(1), 6276. <https://doi.org/10.1038/s41467-020-20061-y>
- Sahakian, M., Godin, L., & Courtin, I. (2020). Promoting ‘pro’, ‘low’, and ‘no’ meat consumption in Switzerland: The role of emotions in practices. *Appetite*, 150, 104637. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2020.104637>
- Saldanha do Carmo, C., Costa, L., Serra, A. T., Knutsen, S. H., Sahlstrøm, S., & Bronze, M. R. (2021). Alternative protein sources. In C. M. Galanakis (Hrsg.), *Food*

- Technology Disruptions* (S. 131–174). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-821470-1.00010-0>
- Santo, R. E., Kim, B. F., Goldman, S. E., Dutkiewicz, J., Biehl, E. M. B., Bloem, M. W., Neff, R. A., & Nachman, K. E. (2020). Considering Plant-Based Meat Substitutes and Cell-Based Meats: A Public Health and Food Systems Perspective. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 4, 134. <https://doi.org/10.3389/fsufs.2020.00134>
- Schenk, P., Rössel, J., & Scholz, M. (2018). Motivations and Constraints of Meat Avoidance. *Sustainability*, 10(11), 3858. <https://doi.org/10.3390/su10113858>
- Schmidt, A. F., & Finan, C. (2018). Linear regression and the normality assumption. *Journal of Clinical Epidemiology*, 98, 146–151. <https://doi.org/10.1016/j.jclinepi.2017.12.006>
- Šedová, I., Slovák, Ľ., & Ježková, I. (2016). Coping with unpleasant knowledge: Meat eating among students of environmental studies. *Appetite*, 107, 415–424. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2016.08.102>
- Sha, L., & Xiong, Y. L. (2020). Plant protein-based alternatives of reconstructed meat: Science, technology, and challenges. *Trends in Food Science & Technology*, 102, 51–61. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2020.05.022>
- Shah, J. Y., Friedman, R., & Kruglanski, A. W. (2002). Forgetting all else: On the antecedents and consequences of goal shielding. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(6), 1261–1280. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.83.6.1261>
- Siegrist, M., & Hartmann, C. (2019). Impact of sustainability perception on consumption of organic meat and meat substitutes. *Appetite*, 132, 196–202. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2018.09.016>
- Stein, P. (2019). Forschungsdesigns für die quantitative Sozialforschung. In N. Baur & J. Blasius (Hrsg.), *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (S. 125–142). Springer Fachmedien Wiesbaden. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-21308-4\\_8](https://doi.org/10.1007/978-3-658-21308-4_8)
- Stoll-Kleemann, S., & Schmidt, U. J. (2017). Reducing meat consumption in developed and transition countries to counter climate change and biodiversity loss: A review of influence factors. *Regional Environmental Change*, 17(5), 1261–1277.

<https://doi.org/10.1007/s10113-016-1057-5>

- Sucapane, D., Roux, C., & Sobol, K. (2021). Exploring how product descriptors and packaging colors impact consumers' perceptions of plant-based meat alternative products. *Appetite*, *167*, 105590. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105590>
- Sun, W., Zheng, Z., Jiang, Y., Tian, L., & Fang, P. (2021). Does Goal Conflict Necessarily Undermine Wellbeing? A Moderated Mediating Effect of Mixed Emotion and Construal Level. *Frontiers in Psychology*, *12*, 653512. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.653512>
- Thompson, M. M., Zanna, M. P., & Griffin, D. W. (1995). Let's not be indifferent about (attitudinal) ambivalence. In R. E. Petty & J. A. Krosnick (Hrsg.), *Attitude strength: Antecedents and consequences*. (S. 361–386). Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Universität Zürich. (2022a). *Einfache lineare Regression*. [https://www.methodenberatung.uzh.ch/de/datenanalyse\\_spss/zusammenhaenge/ereg.html](https://www.methodenberatung.uzh.ch/de/datenanalyse_spss/zusammenhaenge/ereg.html)
- Universität Zürich. (2022b). *Faktoranalyse*. [https://www.methodenberatung.uzh.ch/de/datenanalyse\\_spss/interdependenz/reduktion/faktor.html](https://www.methodenberatung.uzh.ch/de/datenanalyse_spss/interdependenz/reduktion/faktor.html)
- Universität Zürich. (2022c). *T-Test für unabhängige Stichproben*. [https://www.methodenberatung.uzh.ch/de/datenanalyse\\_spss/unterschiede/zentral/ttestunabh.html](https://www.methodenberatung.uzh.ch/de/datenanalyse_spss/unterschiede/zentral/ttestunabh.html)
- van Harreveld, F., Nohlen, H. U., & Schneider, I. K. (2015). The ABC of Ambivalence. In J. M. Olson, M. P. Zanna (Hrsg.), *Advances in Experimental Social Psychology* (S. 285–324). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/bs.aesp.2015.01.002>
- Varela, P., Arvisenet, G., Gonera, A., Myhrer, K. S., Fifi, V., & Valentin, D. (2021). Meat replacer? No thanks! The clash between naturalness and processing: An explorative study of the perception of plant-based foods. *Appetite*, 105793. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105793>
- Vatn, A., Aasen, M., Thøgersen, J., Dunlap, R. E., Fisher, D. R., Hellevik, O., & Stern, P. (2022). What role do climate considerations play in consumption of red meat in Norway? *Global Environmental Change*, *73*, 102490. <https://doi.org/10.1016/j.gloenvcha.2022.102490>

- Wagner, P., & Hering, L. (2014). Online-Befragung. In N. Baur & J. Blasius (Hrsg.), *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (S. 661–673). Springer Fachmedien Wiesbaden. [https://doi.org/10.1007/978-3-531-18939-0\\_48](https://doi.org/10.1007/978-3-531-18939-0_48)
- Wang, X., Lin, X., Ouyang, Y. Y., Liu, J., Zhao, G., Pan, A., & Hu, F. B. (2016). Red and processed meat consumption and mortality: Dose–response meta-analysis of prospective cohort studies. *Public Health Nutrition*, *19*(5), 893–905. <https://doi.org/10.1017/S1368980015002062>
- Weichbold, M. (2014). Pretest. In N. Baur & J. Blasius (Hrsg.), *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (S. 299–304). Springer Fachmedien Wiesbaden. [https://doi.org/10.1007/978-3-531-18939-0\\_19](https://doi.org/10.1007/978-3-531-18939-0_19)
- Wong, I. A., Wan, Y. K. P., Huang, G. I., & Qi, S. (2021). Green event directed pro-environmental behavior: An application of goal systems theory. *Journal of Sustainable Tourism*, *29*(11–12), 1948–1969. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1770770>
- Wozniak, H., Larpin, C., de Mestral, C., Guessous, I., Reny, J.-L., & Stringhini, S. (2020). Vegetarian, pescatarian and flexitarian diets: Sociodemographic determinants and association with cardiovascular risk factors in a Swiss urban population. *British Journal of Nutrition*, *124*(8), 844–852. <https://doi.org/10.1017/S0007114520001762>
- Zhang, Y., Fishbach, A., & Kruglanski, A. W. (2007). The dilution model: How additional goals undermine the perceived instrumentality of a shared path. *Journal of Personality and Social Psychology*, *92*(3), 389–401. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.92.3.389>

## 9 Anhang

### Anhang A - Motivationale Treiber und Barrieren von Fleischkonsum

#### A1 - Motivationale Treiber von Fleischkonsum

Motivator		Erkenntnis	Referenz
<b>Gesundheit</b>	Bedenken vor Vegetarismus	Gesundheitsbedenken in Bezug auf Vegetarismus als Prädiktor für die Häufigkeit von Fleischkonsum	(Lea & Worsley, 2001, S. 130)
	Nährstoffquelle	Fleisch als Energie- Nährstoffquelle (Eiweiss und Mikronährstoffe wie Eisen, Zink und Vitamin B12)	(Godfray et al., 2018, S. 1, 2)
	Nährstoffquelle	Fleisch als wertvolle Quelle für Makro- und Mikronährstoffe, insbesondere für Proteine, Vitamine A, B1, B 12, Niacin, Eisen und Zink.	(Battaglia Richi et al., 2015, S. 76)
	Notwendigkeit	Überzeugung, dass Fleisch für Gesundheit notwendig ist.	(Hopwood et al., 2021, S. 9; Piazza et al., 2015, S. 114)
<b>Sensorik</b>	Genuss, Geschmack	Genuss und Geschmack von Fleisch als Hauptfaktoren für den Fleischkonsum	(Kemper & White, 2021, S. 5)
	Geschmack	Schmackhaftigkeit von Fleisch; erfüllend oder befriedigend	(Piazza et al., 2015, S. 116)

	Genuss	Genuss am Fleischkonsum	(Lea & Worsley, 2003, S. 507)
	Geschmack	Geschmack als ein Hauptfaktor, welcher daran hindert, sich für eine fleischfreie Ernährung zu entscheiden.	(Šedová et al., 2016, S. 421)
	Geschmack	Fleisch geschmackvoller als Fleischersatz	(Röös et al., 2022, S. 1)
<b>Natürlichkeit</b>	Natürlichkeit	Fleischkonsum auf Grund von menschlicher Evolution oder der Natürlichkeit des Fleischessens	(Piazza et al., 2015, S. 116)
<b>Freude</b>	Freude	Fleisch macht mehr Freude als Fleischersatzprodukte	(Röös et al., 2022, S. 1)
<b>Gewohnheit</b>	Gewohnheit	Gewohnheit als stärkster Faktor von rotem Fleisch und leicht verarbeiteten Hülsenfrüchten	(Vatn et al., 2022, S. 8)
	Gewohnheit	Mangelnde Bereitschaft zur Änderung von Essgewohnheiten	(Lea & Worsley, 2003, S. 507)
	Bequemlichkeit	Kauf von Fleisch aufgrund von Bequemlichkeit beim Kauf oder Kochen	(Godfray et al., 2018, S. 2)
<b>Soziale Norm</b>	Anlässe	Fleisch geeigneter bei Anlässen als Fleischersatzprodukte	(Röös et al., 2022, S. 1)
	Normal	Fleischkonsum aufgrund von vorherrschenden gesellschaftlichen Normen, normativem Verhalten und historischem menschlichen Verhalten	(Piazza et al., 2015, S. 116)

## A2 - Motivationale Barrieren von Fleischkonsum

Barriere		Erkenntnis	Referenz
<b>Empfindung</b>	Ekel	Physischer Ekel vor Fleisch führt zu erhöhtem Ekel, der mit geringerer fleischbezogener Ambivalenz einhergeht.	(Buttlar & Walther, 2022, S.10)
	Ekel	Ekel vor Fleisch hat einen starken Einfluss auf den Fleischkonsum, insbesondere bei Flexitariern	(Becker & Lawrence, 2021, S. 7)
<b>Umwelt</b>	Klimawandel, Biodiversität	Der Fleischkonsum steht mit negativen Umweltauswirkungen wie Klimawandel und Rückgang der biologischen Vielfalt in Zusammenhang	(Stoll-Kleemann & Schmidt, 2017, S. 1262).
	Wasserverbrauch	Ein Drittel des gesamten Wasserverbrauchs der Landwirtschaft entfällt auf die Produktion von tierischen Erzeugnissen.	(Mekonnen & Hoekstra, 2012, S. 214)
	Umwelt	Umweltbedingte Gründe haben einen signifikanten Einfluss auf die Einstellung zur Reduzierung des Fleischkonsums.	(Cheah et al., 2020, S. 4,5)
	Ökologische Folgen	Fleischkonsum als problematisch aufgrund negativer ökologischer Folgen	(Šedová et al., 2016, S. 419)
	Umweltschutz	Umweltschutz als zentraler Motivator für den Verzicht auf Fleisch	(Malek et al., 2019, S. 123)

<b>Tierwohl</b>	Fleischparadox	Menschen essen gerne Fleisch, lehnen aber die Tötung von Tieren ab.	(Loughnan et al., 2010, S. 156; Loughnan et al., 2014, S. 106)
	Fleischparadox	Pflanzliche Gerichte als positiver und Fleischgerichte negativer bewertet, aufgrund des Fleischparadoxes	(Buttlar & Walther, 2019, S. 79)
	Tierwohl	Das Tierwohl in der Massentierhaltung als Hauptproblem von Fleischkonsum.	(Šedová et al., 2016, S. 419)
	Tierwohl	Je mehr sich Personen um das Wohlergehen der Tiere sorgen, desto mehr reduzieren sie den eigenen Fleischkonsum.	(De Backer & Hudders, 2015, S. 72)
	Tierwohl	Tierwohl als zentraler Motivator für den Verzicht auf Fleisch.	(Malek et al., 2019, S. 131)
<b>Gesundheit</b>	Gesundheit	Der Konsum von rotem Fleisch und insbesondere von verarbeitetem Fleisch wird mit einem erhöhten Risiko für Gesamtmortalität, Herz-Kreislauf-Erkrankungen, Darmkrebs und Typ-2-Diabetes in Verbindung gebracht.	(Battaglia Richi et al., 2015, S. 76)
	Gesundheit	Hohe Aufnahme von verarbeitetem Fleisch ist mit mässigem Anstieg des Sterblichkeitsrisikos bei Herz-Kreislauf-Erkrankungen verbunden.	(Wang et al. 2016)
	Wahrgenommene	Wahrgenommenen gesundheitlichen Vorteile als Motivator für die Reduzierung des Fleischkonsums.	(Cheah et al., 2020, S.7)

	gesundheitliche Vorteile		
	Gesundheit	Gesundheit als zentraler Motivator für den Verzicht auf Fleisch	(Malek et al., 2019, S. 131)
<b>Soziale Normen</b>	Soziale Normen	Soziale Normen haben einen signifikanten Einfluss auf die Einstellung zur Reduzierung des Fleischkonsum.	(Cheah et al., 2020, S.3)

### A3 - Motivationale Treiber von Fleischersatzprodukten

Motivator		Erkenntnis	Referenz
<b>Gesundheit</b>	geringer Fettgehalt	Verbraucher assoziierten Fleischersatzprodukte mit einem geringen Fettgehalt	(Apostolidis & McLeay, 2016, S. 83)
	Gesundheit	Gesundheit als Treiber für Fleischsubstitute	(Röös et al., 2022, S. 6)
<b>Umwelt</b>	ökologische Folgen	Besorgnis über ökologische Folgen des Fleischkonsums	(Godfray et al., 2018, S. 6)
	negative Auswirkungen auf die Umwelt	Menschen mit dem Bewusstsein, dass der Fleischkonsum negative Auswirkungen auf die Umwelt hat, neigen eher dazu, weniger Fleisch und mehr Fleischersatzprodukte zu essen.	(Siegrist & Hartmann, 2019, S. 199)

	Umweltbelastung	Fleischersatzprodukte entsprechen den Bedürfnissen der Verbraucher aufgrund von Vorteilen der Umweltbelastung.	(Bryant & Sanctorem, 2021, S.9)
	CO2-Fussabdruck	Verbraucher assoziierten Fleischersatzprodukte mit einem niedrigen CO2-Fussabdruck.	(Apostolidis & McLeay, 2016, S. 83)
	umweltfreundlich	Fleischersatzprodukte umweltfreundlicher als Fleisch	(Davitt et al., 2021, S. 564)
	umweltbewusst	Positive Überzeugungen und Meinungen, dass Fleischersatzprodukte umweltbewusst sind.	(Varela et al., 2021, S.7)
<b>Tierwohl</b>	Tierquälerei	Fleischersatzprodukte entsprachen den Bedürfnissen der Verbraucher aufgrund von Vorteilen von Tierschutz.	(Bryant & Sanctorem, 2021, S.9)

## Anhang B - Fragebogen

### B1 - Übersetzung der Fragebogen-Items

Item	Originalskala (Englisch)	Übersetzung (Deutsch)
Wahl1.VC1	This would be a clear decision for me	Die Wahl zwischen der Option A (Fleischspieß) oder Option B (Gemüsespieß) war eine klare Entscheidung für mich
Wahl2.VC1	This would be a clear decision for me	Die Wahl zwischen der Option A (Fleischspieß), Option B (Gemüsespieß) oder Option C (Fleischersatzspieß) war eine klare Entscheidung für mich
Wahl1.VC2, Wahl2.VC2	I would be conflicted between what I feel I should do and what I would like to do	Ich war hin- und hergerissen zwischen dem, was ich tun sollte und dem, was ich gerne tun möchte
Wahl1.VC3, Wahl2.VC3	This would be a difficult decision for me	Dies war eine schwierige Entscheidung für mich
Wahl1.VC4, Wahl2.VC4	I would probably look back and wonder if I made the right decision	Ich würde wahrscheinlich zurückblicken und mich fragen, ob ich die richtige Entscheidung getroffen habe.
Wahl1.VC5, Wahl2.VC5	I feel somewhat guilty about the thoughts I had while working through my decision	Ich fühle mich etwas schuldig wegen der Gedanken, die ich hatte, während meiner Entscheidung.
Wahl1.VC6, Wahl2.VC6	This is a situation for which I would need more information before reaching a decision	Dies war eine Situation, für die ich mehr Informationen benötige, damit ich eine Entscheidung treffen kann
FBMA.Inten2	I am willing to buy meat substitutes in future	Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie Fleischersatzprodukte in Zukunft kaufen?
FBMA.Inten3	I would also recommend to others to buy meat substitutes	Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie anderen Personen Fleischersatzprodukte weiterempfehlen?
Fleisch.Nice_K	Meat is delicious.	Fleisch ist köstlich
Fleisch.Nice_GE	Meat adds so much flavor to a meal it does not make sense to leave it out.	Fleisch verleiht einer Mahlzeit so viel Geschmack, dass es keinen Sinn macht, es wegzulassen
Fleisch.Nice_FB	The best tasting food is normally a meat based dish (e.g., steak, chicken breast, grilled fish).	Das am besten schmeckende Essen ist normalerweise ein Gericht auf Fleischbasis (z. B. Steak, Hähnchenbrust, gegrillter Fisch)
Fleisch.Nice_LA	Meals without meat would just be bland and boring	Mahlzeiten ohne Fleisch wären einfach fade und langweilig
Fleisch.Dim_GE	taste	Geschmack

Fleisch.Dim_GR	smell	Geruch
Fleisch.Dim_BE	texture	Beschaffenheit
Fleisch.Dim_AS	appearance	Aussehen
VEMI.1.H	I want to be healthy	Ich möchte gesund leben
VEMI.2.A	Animals do not have to suffer	Mir ist es wichtig, dass Tiere nicht leiden müssen
VEMI.3.A	Animals' rights are respected	Tierrechte werden respektiert
VEMI.4.H	I want to live along time	Ich möchte für eine lange Zeit leben
VEMI.5.E	Plant-based diets are more sustainable	Eine pflanzenbasierte Ernährung ist nachhaltiger
VEMI.6.H	I care about my body	Ich achte auf meinen Körper
VEMI.7.E	Eating meat is bad for the planet	Fleisch zu essen ist schlecht für den Planeten
VEMI.8.A	Animal rights are important to me	Tierrechte sind für mich wichtig
VEMI.9.E	Plant-based diets are environmentally friendly	Eine pflanzenbasierte Ernährung ist umweltfreundlich
VEMI.10.A	It does not seem right to exploit animals	Ich finde es nicht richtig, Tiere auszubeuten
VEMI.11.E	Plants have less of an impact on the environment than animal product	Pflanzliche Produkte haben weniger negative Auswirkungen auf die Umwelt als tierische Produkte
VEMI.12.A	I am concerned about animal right	Ich Sorge mich um Tierrechte
VEMI.13.H	My health is important to me	Meine Gesundheit ist mir wichtig
VEMI.14.A	I don't want animals to suffer	Ich möchte nicht, dass Tiere leiden müssen

## B2 - Single/Multi Item-Skalen zur Messung der Variablen

Variable	Single/Multi-Item-Skala	Codierung	Quelle
Ernährungsform	<p>Welche der folgenden Ernährungsformen trifft auf Sie?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Omnivor (Konsum von tierischen, z.B. Fleisch sowie pflanzlichen Produkten)</li> <li>- Flexitarier (Verzehr von tierischen Produkten, jedoch teilweise bewusster Verzicht auf Fleisch)</li> <li>- Vegetarisch (vollständiger Verzicht auf Fleisch, Fisch und Wurst)</li> <li>- Vegan (vollständiger Verzicht auf alle tierischen Produkte)</li> <li>- Sonstiges</li> </ul>	EN	(Bryant & Sanctorum, 2021, S. 2)
Antwortskala	<i>Einfachwahl</i>		
Ernährungsform	<p>Wie häufig pro Woche konsumieren Sie Fleisch?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nie</li> <li>- Selten</li> <li>- Einmal pro Woche</li> <li>- Mehrmals pro Woche</li> <li>- Täglich</li> </ul>	EN.Häufig	eigenes Item
Antwortskala	<i>Einfachwahl</i>		
Wahl 1	<p>Für welchen der beiden Optionen würden Sie sich entscheiden? (Bitte entscheiden Sie sich nur für eine Option)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Option A (Fleischspieß)</li> <li>- Option B (Gemüsespieß)</li> </ul>	Wahl1	eigenes Item
Antwortskala	<i>Einfachwahl</i>		
Erlebter Zielkonflikt	<p>Soeben mussten Sie sich für ein Produkt entscheiden. Inwiefern stimmen Sie den Aussagen zu.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Wahl zwischen der Option A (Fleischspieß) oder Option B (Gemüsespieß) war eine klare Entscheidung für mich</li> <li>- Ich war hin- und hergerissen zwischen dem, was ich tun sollte und dem, was ich gerne tun möchte</li> <li>- Dies war eine schwierige Entscheidung für mich</li> <li>- Ich würde wahrscheinlich zurückblicken und mich fragen, ob ich die richtige Entscheidung getroffen habe.</li> <li>- Ich fühle mich etwas schuldig wegen der Gedanken, die ich hatte, während meiner Entscheidung.</li> </ul>	<p>Wahl1.VC1*</p> <p>Wahl1.VC2</p> <p>Wahl1.VC3</p> <p>Wahl1.VC4</p> <p>Wahl1.VC5</p>	(Burroughs & Rindfleisch, 2002, S. 367)

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dies war eine Situation, für die ich mehr Informationen benötige, damit ich eine Entscheidung treffen kann.</li> </ul>	Wahl1.VC6	
Antwortskala	<i>5-stufige Likert-Skala<sup>b</sup></i>		
Wahl 2	<p>Für welche der Optionen würden Sie sich nun entscheiden? (Bitte entscheiden Sie sich nur für eine Option)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Option A (Fleischspieß)</li> <li>- Option B (Gemüsespieß)</li> <li>- Option C (Fleischersatz-Spieß)</li> </ul>	Wahl2	eigenes Item
Antwortskala	<i>Einfachwahl</i>		
Erlebter Zielkonflikt	<p>Soeben mussten Sie sich erneut für ein Produkt entscheiden. Inwiefern stimmen Sie den Aussagen zu.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Wahl zwischen der Option A (Fleischspieß), Option B (Gemüsespieß) oder Option C (Fleischersatz-Spieß) war eine klare Entscheidung für mich</li> <li>- Ich war hin- und hergerissen zwischen dem, was ich tun sollte und dem, was ich gerne tun möchte</li> <li>- Dies war eine schwierige Entscheidung für mich</li> <li>- Ich würde wahrscheinlich zurückblicken und mich fragen, ob ich die richtige Entscheidung getroffen habe.</li> <li>- Ich fühle mich etwas schuldig wegen der Gedanken, die ich hatte, während meiner Entscheidung.</li> <li>- Dies war eine Situation, für die ich mehr Informationen benötige, damit ich eine Entscheidung treffen kann.</li> </ul>	<p>Wahl2.VC1*</p> <p>Wahl2.VC2</p> <p>Wahl2.VC3</p> <p>Wahl2.VC4</p> <p>Wahl2.VC5</p> <p>Wahl2.VC6</p>	(Burroughs & Rindfleisch, 2002, S 367)
Antwortskala	<i>5-stufige Likert-Skala<sup>b</sup></i>		
Wahrscheinlichkeit Fleischersatz	<p>Versetzen Sie sich nochmals in das Szenario.</p> <p>Wie wahrscheinlich wäre es, dass Sie sich in einer ähnlichen Situation für die folgenden Produkte entscheiden würden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fleischspieß</li> <li>- Gemüsespieß</li> <li>- Fleischersatzprodukt</li> </ul>	Wahl2.Wahrsch	eigenes Item
Antwortskala	<i>5-stufige Likert-Skala<sup>c</sup></i>		
Erfahrung Fleischersatz	Haben Sie bereits Erfahrungen mit Fleischersatzprodukten gemacht?	FBMA.Erf	eigenes Item
Antwortskala	<i>Einfachauswahl<sup>a</sup></i>		

Kaufintention Fleischersatz	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie Fleischersatzprodukte in Zukunft probieren (essen)?</li> <li>- Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie Fleischersatzprodukte in Zukunft kaufen?</li> <li>- Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie anderen Personen Fleischersatzprodukte weiterempfehlen?</li> </ul>	<p>FBMA.Inten1</p> <p>FBMA.Inten2</p> <p>FBMA.Inten3</p>	(Jang & Cho, 2022, S. 9 in Anlehnung an Al-Swidi et al., 2014; <u>Hu et al., 2004</u> )
Antwortskala	<i>5-stufige Likert-Skala<sup>c</sup></i>		
Motiv Geschmack	Wie sehr mögen Sie Fleisch?	Geschm.Mögen	eigenes Item
Antwortskala	<i>5-stufige Likert-Skala<sup>d</sup></i>		
Motiv Geschmack	<p>Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fleisch ist köstlich</li> <li>- Fleisch verleiht einer Mahlzeit so viel Geschmack, dass es keinen Sinn macht, es wegzulassen</li> <li>- Das am besten schmeckende Essen ist normalerweise ein Gericht auf Fleischbasis (z. B. Steak, Hähnchenbrust, gegrillter Fisch)</li> <li>- Mahlzeiten ohne Fleisch wären einfach fade und langweilig</li> </ul>	<p>Fleisch.Nice_K</p> <p>Fleisch.Nice_GE</p> <p>Fleisch.Nice_FB</p> <p>Fleisch.Nice_LA</p>	(Piazza et al., 2015, S. 124)
Antwortskala	<i>5-stufige Likert-Skala<sup>b</sup></i>		
Motiv Geschmack	<p>Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Geschmack</li> <li>- Geruch</li> <li>- Beschaffenheit</li> <li>- Aussehen</li> </ul>	<p>Fleisch.Dim_GE</p> <p>Fleisch.Dim_GR</p> <p>Fleisch.Dim_BE</p> <p>Fleisch.Dim_AS</p>	(Rothgerber, 2014, S. 101 in Anlehnung an (Rozin et al., 1997))
Antwortskala	<i>5-stufige Likert-Skala<sup>b</sup></i>		
Motive Umwelt, Tierwohl, Gesundheit	<p>Nachfolgend bin ich daran interessiert, was Ihnen hinsichtlich Ihrer Ernährung wichtig ist. Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ich möchte gesund leben</li> <li>- Mir ist es wichtig, dass Tiere nicht leiden müssen</li> <li>- Tierrechte werden respektiert werden</li> <li>- Ich möchte für eine lange Zeit leben</li> <li>- Eine pflanzenbasierte Ernährung ist nachhaltiger</li> <li>- Ich achte auf meinen Körper</li> <li>- Fleisch zu essen ist schlecht für den Planeten</li> <li>- Tierrechte sind für mich wichtig</li> </ul>	<p>VEMI.1.H</p> <p>VEMI.2.A</p> <p>VEMI.3.A</p> <p>VEMI.4.H</p> <p>VEMI.5.E</p> <p>VEMI.6.H</p> <p>VEMI.7.E</p> <p>VEMI.8.A</p>	(Hopwood et al., 2020, S. 5)

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Eine pflanzenbasierte Ernährung ist umweltfreundlich</li> <li>- Ich finde es nicht richtig, Tiere auszubeten</li> <li>- Pflanzliche Produkte haben weniger negative Auswirkungen auf die Umwelt als tierische Produkte</li> <li>- Ich Sorge mich um Tierrechte</li> <li>- Meine Gesundheit ist mir wichtig</li> <li>- Ich möchte nicht, dass Tiere leiden müssen</li> </ul>	VEMI.9.E VEMI.10.A VEMI.11.E VEMI.12.A VEMI.13.H VEMI.14.A	
Antwortskala	<i>5-stufige Likert-Skala<sup>b</sup></i>		
Alter	Wie alt sind Sie in Jahren? (Beispiel: 24)	SEX	-
Antwortskala	<i>Quasi-geschlossene Frage</i>		
Geschlecht	Bitte wählen Sie Ihr Geschlecht aus. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Weiblich</li> <li>- Männlich</li> <li>- Divers</li> </ul>	Alter	-
Antwortskala	<i>Einfachauswahl</i>		
Bildungsniveau	Bildung Bitte wählen Sie Ihren höchsten Bildungsabschluss aus. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sekundarschulabschluss</li> <li>- Lehrabschluss</li> <li>- Berufsmaturität / Gymnasiale Maturität / Abitur / Fachmittelschule</li> <li>- Bachelorabschluss (Fachhochschule /Universität)</li> <li>- Masterabschluss (Fachhochschule /Universität)</li> <li>- Doktorat / PhD Abschluss</li> <li>- Anderer Abschluss</li> </ul>	Bildung	-
Antwortskala	<i>Einfachauswahl</i>		

\* *Item invers kodiert*

<sup>a</sup> *Ja/Nein*

<sup>b</sup> *1= stimme überhaupt nicht zu / 2= stimme teilweise nicht zu / 3= weder noch / 4= stimme teilweise zu / 5= stimme voll zu*

<sup>c</sup> *1= sehr unwahrscheinlich / 2= eher unwahrscheinlich / 3= weder wahrscheinlich noch unwahrscheinlich / 4= eher wahrscheinlich / 5= sehr wahrscheinlich*

<sup>d</sup> *1= mag ich überhaupt nicht / 2= mag ich nicht / 3= weder noch / 4= mag ich / 5= mag ich sehr*

## B3 - Fragebogen

### Beginn des Blocks: Begrüssung

Begrüssung

**Herzlich willkommen!**

Sehr geehrte Teilnehmerin, sehr geehrter Teilnehmer

Vielen Dank, für Ihre Teilnahme an meiner Umfrage für meine Masterarbeit im Bereich Fleischkonsum.

Die Beantwortung des Fragebogens nimmt ungefähr 10 Minuten Ihrer Zeit in Anspruch.

Bitte füllen Sie die Umfrage vollständig aus. Um möglichst aussagekräftige Daten zu bekommen, bitten ich Sie, die Fragen spontan und nach bestem Wissen zu beantworten.

Die Teilnahme an dieser Studie bleibt anonym und die Daten werden vertraulich behandelt, sprich nicht an Dritte weitergegeben und nur für wissenschaftliche Analysen verwendet. Es werden keine Informationen erwähnt oder veröffentlicht, welche Rückschlüsse auf Sie als Person ermöglichen. Die Teilnahme an der Umfrage ist freiwillig und kann jederzeit beendet werden.

An dieser Stelle möchte ich mich bereits tatkräftig für Ihre Unterstützung bedanken.

### Ende des Blocks: Begrüssung

---

#### Teil 1- Beginn des Blocks: Ernährungsformen

Text.EN Bitte geben Sie zu Beginn Ihre Ernährungsform an.

EN Welche der folgenden Ernährungsformen trifft auf Sie?

- Omnivor (Konsum von tierischen, z.B. Fleisch sowie pflanzlichen Produkten) (1)
  - Flexitarier (Verzehr von tierischen Produkten, jedoch teilweise **bewusster Verzicht** auf Fleisch) (2)
  - Vegetarisch (vollständiger Verzicht auf Fleisch, Fisch und Wurst) (3)
  - Vegan (vollständiger Verzicht auf alle tierischen Produkte) (4)
  - Sonstiges (5) \_\_\_\_\_
-

EN.Häufig Wie häufig pro Woche konsumieren Sie Fleisch?

- Nie (1)
- Selten (2)
- Einmal pro Woche (3)
- Mehrmals pro Woche (4)
- Täglich (5)

**Ende des Blocks: Ernährungsformen**

---

**Teil 2 - Beginn des Blocks: Szenario 1**

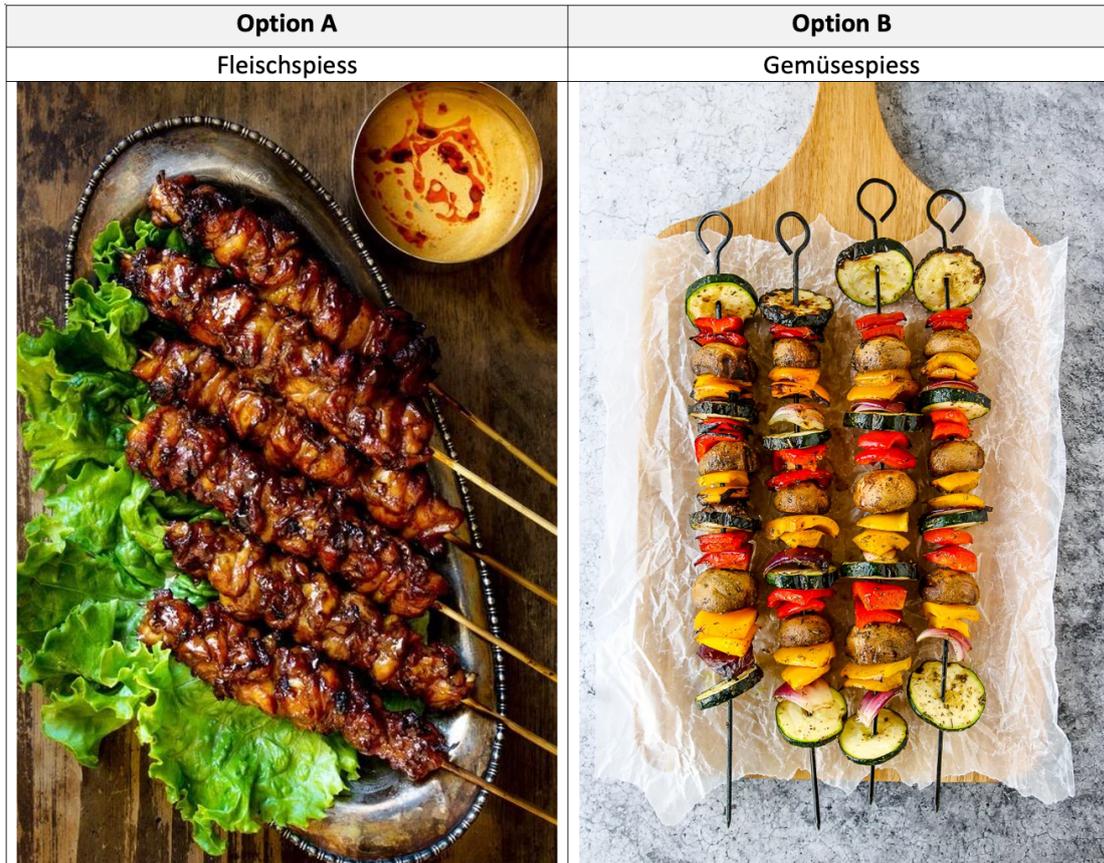
Text.Intro.Wahl1 Das prickelnde Knistern der feurigen Glut und der unverkennbare Duft verbrennender Holzkohle wecken die Lust aufs Grillieren.

Die Grillsaison ist wieder eröffnet.

Stellen Sie sich vor, draussen herrscht herrliches Wetter und Sie planen für Ihr Wochenende einen entspannten Grillabend. Der Grill ist bereits aufgestellt. Es fehlt Ihnen lediglich noch das Grillgut. Dafür gehen Sie einkaufen.



Text.Optionen.Wahl1 Dabei stehen Sie bei Ihrem Einkauf nun vor der Wahl sich zwischen einer fleischhaltigen oder vegetarischen Option zu entscheiden.



Wahl1 Für welchen der beiden Optionen würden Sie sich entscheiden? (Bitte entscheiden Sie sich nur für eine Option)

- Für Option A (Fleischspieß) (1)
- Für Option B (Gemüsespieß) (2)

Text.Wahl1.VC Soeben mussten Sie sich für ein Produkt entscheiden. Inwiefern stimmen Sie den Aussagen zu.

Wahl1.VC1 Die Wahl zwischen der Option A (Fleischspieß) oder Option B (Gemüsespieß) war eine klare Entscheidung für mich

- 1= Stimme überhaupt nicht zu (1)
- 2= Stimme teilweise nicht zu (2)
- 3= Weder noch (3)
- 4= Stimme teilweise zu (4)
- 5= Stimme voll zu (5)

---

Wahl1.VC2 Ich war hin- und hergerissen zwischen dem, was ich tun sollte und dem, was ich gerne tun möchte

- 1= Stimme überhaupt nicht zu (1)
- 2= Stimme teilweise nicht zu (2)
- 3= Weder noch (3)
- 4= Stimme teilweise zu (4)
- 5= Stimme voll zu (5)

---

Wahl1.VC3 Dies war eine schwierige Entscheidung für mich

- 1= Stimme überhaupt nicht zu (1)
- 2= Stimme teilweise nicht zu (2)
- 3= Weder noch (3)
- 4= Stimme teilweise zu (4)
- 5= Stimme voll zu (5)

---

Wahl1.VC4 Ich würde wahrscheinlich zurückblicken und mich fragen, ob ich die richtige Entscheidung getroffen habe.

- 1= Stimme überhaupt nicht zu (1)
  - 2= Stimme teilweise nicht zu (2)
  - 3= Weder noch (3)
  - 4= Stimme teilweise zu (4)
  - 5= Stimme voll zu (5)
- 

Wahl1.VC5 Ich fühle mich etwas schuldig wegen der Gedanken, die ich hatte, während meiner Entscheidung.

- 1= Stimme überhaupt nicht zu (1)
  - 2= Stimme teilweise nicht zu (2)
  - 3= Weder noch (3)
  - 4= Stimme teilweise zu (4)
  - 5= Stimme voll zu (5)
- 

Wahl1.VC6 Dies war eine Situation, für die ich mehr Informationen benötige, damit ich eine Entscheidung treffen kann.

- 1= Stimme überhaupt nicht zu (1)
  - 2= Stimme teilweise nicht zu (2)
  - 3= Weder noch (3)
  - 4= Stimme teilweise zu (4)
  - 5= Stimme voll zu (5)
- 

Wahl1.Wieso Bitte nehmen Sie sich einen Moment Zeit und denken Sie über die getroffene Entscheidung der beiden Optionen nach.

Bitte teilen Sie mir kurz mit, weshalb Sie sich für die gewählte Option entschieden haben.

Welche Gedanken haben Sie bei Ihrer Entscheidung geleitet?

---

**Ende des Blocks: Szenario 1**

---

**Teil 3 - Beginn des Blocks: Szenario 2**

Text.Optionen.Wahl2 Versetzen Sie sich nun wieder in die Situation, dass Sie für Ihren Grillabend einkaufen gehen. Beim Kühlregal bleiben Sie überrascht stehen – da gibt es ein neues Angebot. Es handelt sich um einen Grillspieß von planted, der zu 100 % aus pflanzlichen Zutaten besteht. Sie blicken erneut in Ihren Warenkorb.

<b>Option C</b>	<b>Bedeutung</b>
Fleischersatzprodukt	
	<p>Fleischersatzprodukte bezeichnen Analogprodukte auf pflanzlicher Basis, welche tierisches Fleisch in ihrer Textur, Geschmack, Proteingehalt und Aussehen weitgehend nachahmen.</p> <p>Fleischersatzprodukte helfen dabei den Verbrauch von Wasser und Land sowie den Ausstoss von Treibhausgas zu reduzieren.</p>

---

Wahl2 Für welche der Optionen würden Sie sich nun entscheiden? (Bitte entscheiden Sie sich nur für eine Option)

- Option A (Fleischspieß) (1)
  - Option B (Gemüsespieß) (2)
  - Option C (Fleischersatz-Spieß) (3)
-

Text.Wahl2.VC Soeben mussten Sie sich erneut für ein Produkt entscheiden. Inwiefern stimmen Sie den Aussagen zu.

---

Wahl2.VC1 Die Wahl zwischen der Option A (Fleischspieß), Option B (Gemüsespieß) oder Option C (Fleischersatz-Spieß) war eine klare Entscheidung für mich

- 1= Stimme überhaupt nicht zu (1)
  - 2= Stimme teilweise nicht zu (2)
  - 3= Weder noch (3)
  - 4= Stimme teilweise zu (4)
  - 5= Stimme voll zu (5)
- 

Wahl2.VC2 Ich war hin- und hergerissen zwischen dem, was ich tun sollte, und dem, was ich gerne tun möchte

- 1= Stimme überhaupt nicht zu (1)
  - 2= Stimme teilweise nicht zu (2)
  - 3= Weder noch (3)
  - 4= Stimme teilweise zu (4)
  - 5= Stimme voll zu (5)
- 

Wahl2.VC3 Dies war eine schwierige Entscheidung für mich

- 1= Stimme überhaupt nicht zu (1)
- 2= Stimme teilweise nicht zu (2)
- 3= Weder noch (3)
- 4= Stimme teilweise zu (4)
- 5= Stimme voll zu (5)

---

Wahl2.VC4 Ich würde wahrscheinlich zurückblicken und mich fragen, ob ich die richtige Entscheidung getroffen habe.

- 1= Stimme überhaupt nicht zu (1)
- 2= Stimme teilweise nicht zu (2)
- 3= Weder noch (3)
- 4= Stimme teilweise zu (4)
- 5= Stimme voll zu (5)

---

Wahl2.VC5 Ich fühle mich etwas schuldig wegen der Gedanken, die ich hatte, während meiner Entscheidung.

- 1= Stimme überhaupt nicht zu (1)
- 2= Stimme teilweise nicht zu (2)
- 3= Weder noch (3)
- 4= Stimme teilweise zu (4)
- 5= Stimme voll zu (5)

---

Wahl2.VC6 Dies war eine Situation, für die ich mehr Informationen benötige, damit ich eine Entscheidung treffen kann.

- 1= Stimme überhaupt nicht zu (1)
  - 2= Stimme teilweise nicht zu (2)
  - 3= Weder noch (3)
  - 4= Stimme teilweise zu (4)
  - 5= Stimme voll zu (5)
-

Wahl2. Wieso Bitte nehmen Sie sich einen Moment Zeit und denken Sie über die getroffene Entscheidung der Optionen nach. Bitte teilen Sie mir kurz mit, weshalb Sie sich für die gewählte Option entschieden haben. Welche Gedanken haben Sie bei Ihrer Entscheidung geleitet?

---

-----

Wahl2. Wahrsch Versetzen Sie sich nochmals in das Szenario.  
Wie wahrscheinlich wäre es, dass Sie sich in einer ähnlichen Situation für die folgenden Produkte entscheiden würden.

-----

Wahl2. WahrschFS Fleischspiess

- 1= Sehr unwahrscheinlich (1)
- 2= Eher unwahrscheinlich (2)
- 3= Weder wahrscheinlich noch unwahrscheinlich (3)
- 4= Eher wahrscheinlich (4)
- 5= Sehr wahrscheinlich (5)

-----

Wahl2. WahrschGS Gemüsespiess

- 1= Sehr unwahrscheinlich (1)
- 2= Eher unwahrscheinlich (2)
- 3= Weder wahrscheinlich noch unwahrscheinlich (3)
- 4= Eher wahrscheinlich (4)
- 5= Sehr wahrscheinlich (5)

-----

---

Wahl2. WahrschFBMA Fleischersatzprodukt

- 1= Sehr unwahrscheinlich (1)
- 2= Eher unwahrscheinlich (2)
- 3= Weder wahrscheinlich noch unwahrscheinlich (3)
- 4= Eher wahrscheinlich (4)
- 5= Sehr wahrscheinlich (5)

**Ende des Blocks: Szenario 2**

---

**Teil 4 - Beginn des Blocks: Fleischersatzprodukte**

Intro.FBMA Im Folgenden geht es nun allgemein um Fleischersatzprodukte.

-----  
FBMA.Erf Haben Sie bereits Erfahrungen mit Fleischersatzprodukten gemacht?

- Ja (1)
- Nein (2)

-----  
FBMA.Inten1 Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie Fleischersatzprodukte in Zukunft probieren (essen)?

- 1= Sehr unwahrscheinlich (1)
  - 2= Eher unwahrscheinlich (2)
  - 3= Weder wahrscheinlich noch unwahrscheinlich (3)
  - 4= Eher wahrscheinlich (4)
  - 5= Sehr wahrscheinlich (5)
-

FBMA.Inten2 Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie Fleischersatzprodukte in Zukunft kaufen?

- 1= Sehr unwahrscheinlich (1)
  - 2= Eher unwahrscheinlich (2)
  - 3= Weder wahrscheinlich noch unwahrscheinlich (3)
  - 4= Eher wahrscheinlich (4)
  - 5= Sehr wahrscheinlich (5)
- 

FBMA.Inten3 Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie anderen Personen Fleischersatzprodukte weiterempfehlen?

- 1= Sehr unwahrscheinlich (1)
- 2= Eher unwahrscheinlich (2)
- 3= Weder wahrscheinlich noch unwahrscheinlich (3)
- 4= Eher wahrscheinlich (4)
- 5= Sehr wahrscheinlich (5)

**Ende des Blocks: Fleischersatzprodukte**

---

**Teil 5 - Beginn des Blocks: Motiv Geschmack**

Text.Geschmack Nachfolgend möchte ich Ihnen einige Fragen zum Thema Fleischkonsum stellen.

---

Geschm.Mögen Wie sehr mögen Sie Fleisch?

- Mag ich überhaupt nicht (1)
- Mag ich nicht (2)
- Weder noch (3)
- Mag ich (4)
- Mag ich sehr (5)

---

Geschm Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu.

	1= Stimme überhaupt nicht zu (1)	2= Stimme teilweise nicht zu (2)	3= Weder noch (3)	4= Stimme teilweise zu (4)	5= Stimme voll zu (5)
Fleisch ist köstlich (Fleisch.Nice_K)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fleisch verleiht ei- ner Mahlzeit so viel Geschmack, dass es keinen Sinn macht, es wegzulassen (Fleisch.Nice_GE)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Das am besten schmeckende Es- sen ist normaler- weise ein Gericht auf Fleischbasis (z. B. Steak, Hähnchenbrust, gegrillter Fisch) (Fleisch.Nice_FB)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mahlzeiten ohne Fleisch wären ein- fach fade und langweilig (Fleisch.Nice_LA)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Geschm.Dim Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu.

	1= Stimme überhaupt nicht zu (1)	2= Stimme teilweise nicht zu (2)	3= Weder noch (3)	4= Stimme teilweise zu (4)	5= Stimme voll zu (5)
Ich mag den Geschmack von Fleisch (Fleisch.Dim_GE)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich mag den Geruch von Fleisch (Fleisch.Dim_GR)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich mag die Beschaffenheit von Fleisch (Fleisch.Dim_BE)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich mag das Aussehen von Fleisch (Fleisch.Dim_AS)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Ende des Blocks: Motiv Geschmack**

---

**Teil 6- Beginn des Blocks: Motive Umwelt, Tierwohl, Gesundheit**

VEMI Nachfolgend bin ich daran interessiert, was Ihnen hinsichtlich Ihrer Ernährung wichtig ist.

Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu.

	1= Stimme überhaupt nicht zu (1)	2= Stimme teilweise nicht zu (2)	3= Weder noch (3)	4= Stimme teilweise zu (4)	5= Stimme voll zu (5)
Ich möchte ge- sund leben (VEMI.1.H)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mir ist es wichtig, dass Tiere nicht lei- den müssen (VEMI.2.A)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tierrechte sol- len respektiert werden (VEMI.3.A)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich möchte für eine lange Zeit leben (VEMI.4.H)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eine pflanzen- basierte Er- nährung ist nachhaltiger (VEMI.5.E)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich achte auf meinen Kör- per (VEMI.6.H)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fleisch zu es- sen, ist schlecht für den Planeten (VEMI.7.E)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tierrechte sind wichtig für mich (VEMI.8.A)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eine pflanzen- basierte Er- nährung ist umweltfreund- lich (VEMI.9.E)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ich finde es nicht richtig, Tiere auszubeuten  
(VEMI.10.A)

Pflanzliche Produkte haben weniger negative Auswirkungen auf die Umwelt als tierische Produkte  
(VEMI.11.E)

Ich Sorge mich um Tierrechte  
(VEMI.12.A)

Meine Gesundheit ist mir wichtig  
(VEMI.13.H)

Ich möchte nicht, dass Tiere leiden müssen  
(VEMI.14.A)

**Ende des Blocks: Motive Umwelt, Tierwohl, Gesundheit**

---

**Teil 7 - Beginn des Blocks: Sozio**

Alter Wie alt sind Sie in Jahren? (Beispiel: 24)

---



Sex Bitte wählen Sie Ihr Geschlecht aus.

- Weiblich (0)
- Männlich (1)
- Divers (2)



Bildung Bitte wählen Sie Ihren höchsten Bildungsabschluss aus.

- Sekundarschulabschluss (1)
- Lehrabschluss (2)
- Berufsmaturität / Gymnasiale Maturität / Abitur / Fachmittelschule (3)
- Bachelorabschluss (Fachhochschule /Universität) (4)
- Masterabschluss (Fachhochschule /Universität) (5)
- Doktorat / PhD Abschluss (6)
- Anderer Abschluss (7)

---

Kommentar Haben Sie weitere Anmerkungen oder Kommentare, dann hinterlassen Sie diese gern hier.

---

**Ende des Blocks: Sozio**

---

## **Anhang C - Auswertung**

### **C1- Berechnung Zielkonflikte**

#### **Berechnung Zielkonflikt Tierwohl, Geschmack**

```
COMPUTE VC_Tier.Geschmack.Dim=(Tierwohl_Skala + Fleisch.Dim_Skala) / 2 -  
(ABS(Fleisch.Dim_Skala -  
Tierwohl_Skala)).  
EXECUTE.  
COMPUTE VC_Tier.Geschmack.Dim.umgewandelt=(VC_Tier.Geschmack.Dim + 1) /  
6.  
EXECUTE.
```

#### **Berechnung Zielkonflikt Gesundheit, Geschmack**

```
COMPUTE VC_Gesundheit.Geschmack.Dim=(Fleisch.Dim_Skala + Gesund-  
heit_Skala) / 2 -  
(ABS(Gesundheit_Skala - Fleisch.Dim_Skala)).  
EXECUTE.  
COMPUTE VC_Gesundheit.Geschmack.Dim.umgewandelt=(VC_Gesundheit.Ge-  
schmack.Dim + 1) / 6.  
EXECUTE.
```

#### **Berechnung Zielkonflikt Umwelt, Geschmack**

```
COMPUTE VC_Umwelt.Geschmack.Dim=(Umwelt_Skala + Fleisch.Dim_Skala) / 2 -  
(ABS(Fleisch.Dim_Skala -  
Umwelt_Skala)).  
EXECUTE.  
COMPUTE VC_Umwelt.Geschmack.Dim.umgewandelt=(VC_Umwelt.Ge-  
schmack.Dim + 1) / 6.  
EXECUTE.
```

## C2 - Datenbereinigung

### Statistiken

Wie häufig pro Woche konsumieren Sie Fleisch?

N	Gültig	139
	Fehlend	0
Mittelwert		3,17
Median		4,00
Modus		4
Spannweite		4
Minimum		1
Maximum		5

### Wie häufig pro Woche konsumieren Sie Fleisch?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Nie	19	13,7	13,7	13,7
	Selten	26	18,7	18,7	32,4
	Einmal pro Woche	18	12,9	12,9	45,3
	Mehrmals pro Woche	65	46,8	46,8	92,1
	Täglich	11	7,9	7,9	100,0
	Gesamt	139	100,0	100,0	

## C3 - Deskriptive Statistik

### Alter

#### Statistiken

Wie alt sind Sie in Jahren? (Beispiel: 24)

N	Gültig	120
	Fehlend	0
Mittelwert		37,8417
Median		32,0000
Std.-Abweichung		14,76937
Spannweite		70,00
Minimum		21,00
Maximum		91,00

### Geschlecht

Bitte wählen Sie Ihr Geschlecht aus.

Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
------------	---------	------------------	---------------------

Gültig	Weiblich	58	48,3	48,3	48,3
	Männlich	60	50,0	50,0	98,3
	Divers	2	1,7	1,7	100,0
	Gesamt	120	100,0	100,0	

## Bildungsniveau

Bitte wählen Sie Ihren höchsten Bildungsabschluss aus.

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Lehrabschluss	11	9,2	9,2	9,2
	Berufsmaturität / Gymnasiale Maturität / Abitur / Fachmittelschule	15	12,5	12,5	21,7
	Bachelorabschluss (Fachhochschule /Universität)	32	26,7	26,7	48,3
	Masterabschluss (Fachhochschule /Universität)	42	35,0	35,0	83,3
	Doktorat / PhD Abschluss	14	11,7	11,7	95,0
	Anderer Abschluss	6	5,0	5,0	100,0
	Gesamt	120	100,0	100,0	

## Ernährungsform

Welche der folgenden Ernährungsformen trifft auf Sie? - Selected Choice

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Omnivor (Konsum von tierischen, z.B. Fleisch sowie pflanzlichen Produkten)	64	53,3	53,3	53,3
	Flexitarier (Verzehr von tierischen Produkten, jedoch teilweise bewusster Verzicht auf Fleisch)	55	45,8	45,8	99,2
	Sonstiges	1	,8	,8	100,0
	Gesamt	120	100,0	100,0	

## Häufigkeit Fleisch

Wie häufig pro Woche konsumieren Sie Fleisch?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Selten	26	21,7	21,7	21,7
	Einmal pro Woche	18	15,0	15,0	36,7
	Mehrmals pro Woche	65	54,2	54,2	90,8
	Täglich	11	9,2	9,2	100,0
	Gesamt	120	100,0	100,0	

## C4- Faktorenanalyse des Konstrukts Geschmack

### KMO- und Bartlett-Test

Maß der Stichprobeneignung nach Kaiser-Meyer-Olkin.		,789
Bartlett-Test auf Sphärizität	Ungefähres Chi-Quadrat	470,737
	df	28
	Signifikanz nach Bartlett	<,001

### Kommunalitäten

	Anfänglich	Extraktion
Fleisch.Nice_K	1,000	,639
Fleisch.Nice_GE	1,000	,769
Fleisch.Nice_FB	1,000	,772
Fleisch.Nice_LA	1,000	,740
Fleisch.Dim_GE	1,000	,688
Fleisch.Dim_GR	1,000	,634
Fleisch.Dim_BE	1,000	,653
Fleisch.Dim_AS	1,000	,645

### Erklärte Gesamtvarianz

Komponente	Anfängliche Eigenwerte			Summen von quadrierten Faktorladungen für Extraktion			Rotierte Summe der quadrierten Ladungen		
	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %
1	3,873	48,414	48,414	3,873	48,414	48,414	3,228	40,356	40,356
2	1,667	20,834	69,248	1,667	20,834	69,248	2,311	28,892	69,248
3	,800	10,004	79,252						
4	,489	6,117	85,369						
5	,381	4,759	90,128						
6	,306	3,828	93,956						
7	,271	3,385	97,340						
8	,213	2,660	100,000						

### Komponentenmatrix

	Komponente	
	1	2
Fleisch.Dim_AS	,766	-,241
Fleisch.Dim_GR	,760	-,238
Fleisch.Nice_K	,759	-,251
Fleisch.Dim_BE	,734	-,336
Fleisch.Dim_GE	,706	-,435
Fleisch.Nice_FB	,692	,542
Fleisch.Nice_LA	,505	,697
Fleisch.Nice_GE	,601	,639

### Rotierte Komponentenmatrix

	Komponente	
	1	2
Fleisch.Dim_GE	,829	
Fleisch.Dim_BE	,800	
Fleisch.Dim_AS	,775	,211
Fleisch.Nice_K	,774	
Fleisch.Dim_GR	,768	,211
Fleisch.Nice_GE		,862
Fleisch.Nice_LA		,859
Fleisch.Nice_FB	,289	,830

## C5 - Reliabilitätsanalyse

### Skala: PBMA\_Skala\_Intention

#### Zusammenfassung der Fallverarbeitung

		N	%
Fälle	Gültig	120	100,0
	Ausgeschlossen	0	,0
	Gesamt	120	100,0

#### Reliabilitätsstatistiken

Cronbachs Alpha	Anzahl der Items
,941	3

#### Itemstatistiken

	Mittelwert	Std.-Abweichung	N
Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie Fleischersatzprodukte in Zukunft probieren (essen)?	3,67	1,457	120
Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie Fleischersatzprodukte in Zukunft kaufen?	3,42	1,553	120
Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie anderen Personen Fleischersatzprodukte weiterempfehlen?	3,18	1,528	120

#### Item-Skala-Statistiken

	Skalenmittelwert, wenn Item weggelassen	Skalenvarianz, wenn Item weggelassen	Korrigierte Item-Skala-Korrelation	Cronbachs Alpha, wenn Item weggelassen
Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie Fleischersatzprodukte in Zukunft probieren (essen)?	6,60	8,881	,855	,930
Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie Fleischersatzprodukte in Zukunft kaufen?	6,85	8,045	,905	,891
Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie anderen Personen Fleischersatzprodukte weiterempfehlen?	7,08	8,380	,872	,917

#### Skala-Statistiken

Mittelwert	Varianz	Std.-Abweichung	Anzahl der Items
10,27	18,432	4,293	3

#### Skala: Tierwohl\_Skala

#### Zusammenfassung der Fallverarbeitung

		N	%
Fälle	Gültig	120	100,0
	Ausgeschlossen	0	,0
	Gesamt	120	100,0

#### Reliabilitätsstatistiken

Cronbachs Alpha	Anzahl der Items
,811	6

#### Itemstatistiken

	Mittelwert	Std.-Abweichung	N
Nachfolgend bin ich daran interessiert, was Ihnen hinsichtlich	4,39	,823	120

Ihrer Ernährung wichtig ist. Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu. - Mir ist es wichtig, dass Tiere nicht leiden müssen			
Nachfolgend bin ich daran interessiert, was Ihnen hinsichtlich Ihrer Ernährung wichtig ist. Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu. - Tierrechte sollen respektiert werden	4,56	,754	120
Nachfolgend bin ich daran interessiert, was Ihnen hinsichtlich Ihrer Ernährung wichtig ist. Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu. - Tierrechte sind wichtig für mich	4,27	,886	120
Nachfolgend bin ich daran interessiert, was Ihnen hinsichtlich Ihrer Ernährung wichtig ist. Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu. - Ich finde es nicht richtig, Tiere auszubeuten	3,99	1,213	120
Nachfolgend bin ich daran interessiert, was Ihnen hinsichtlich Ihrer Ernährung wichtig ist. Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu. - Ich Sorge mich um Tierrechte	3,78	1,086	120
Nachfolgend bin ich daran interessiert, was Ihnen hinsichtlich Ihrer Ernährung wichtig ist. Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu. - Ich möchte nicht, dass Tiere leiden müssen	4,53	,788	120

#### Item-Skala-Statistiken

Skalenmittelwert, wenn Item weglassen	Skalenvarianz, wenn Item weglassen	Korrigierte Item-Skala-Korrelation	Cronbachs Alpha, wenn Item weglassen
---------------------------------------	------------------------------------	------------------------------------	--------------------------------------

Nachfolgend bin ich daran interessiert, was Ihnen hinsichtlich Ihrer Ernährung wichtig ist. Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu. - Mir ist es wichtig, dass Tiere nicht leiden müssen	21,13	11,791	,687	,760
Nachfolgend bin ich daran interessiert, was Ihnen hinsichtlich Ihrer Ernährung wichtig ist. Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu. - Tierrechte sollen respektiert werden	20,96	12,561	,603	,779
Nachfolgend bin ich daran interessiert, was Ihnen hinsichtlich Ihrer Ernährung wichtig ist. Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu. - Tierrechte sind wichtig für mich	21,25	11,567	,664	,762
Nachfolgend bin ich daran interessiert, was Ihnen hinsichtlich Ihrer Ernährung wichtig ist. Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu. - Ich finde es nicht richtig, Tiere auszubeuten	21,53	11,697	,384	,841
Nachfolgend bin ich daran interessiert, was Ihnen hinsichtlich Ihrer Ernährung wichtig ist. Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu. - Ich Sorge mich um Tierrechte	21,73	10,970	,584	,780
Nachfolgend bin ich daran interessiert, was Ihnen hinsichtlich Ihrer Ernährung wichtig ist. Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu. - Ich möchte nicht, dass Tiere leiden müssen	20,99	12,126	,657	,767

#### Skala-Statistiken

Mittelwert	Varianz	Std.-Abweichung	Anzahl der Items
25,52	16,353	4,044	6

#### Skala: Umwelt\_Skala

### Zusammenfassung der Fallverarbeitung

		N	%
Fälle	Gültig	120	100,0
	Ausgeschlossen	0	,0
	Gesamt	120	100,0

### Reliabilitätsstatistiken

Cronbachs Alpha	Anzahl der Items
,893	4

### Itemstatistiken

	Mittelwert	Std.-Abweichung	N
VEMI.5.E	3,93	1,090	120
VEMI.7.E	3,75	1,087	120
VEMI.9.E	3,75	1,169	120
VEMI.11.E	3,79	1,076	120

### Item-Skala-Statistiken

	Skalenmittelwert, wenn Item wegge- lassen	Skalenvarianz, wenn Item wegge- lassen	Korrigierte Item- Skala-Korrelation	Cronbachs Alpha, wenn Item wegge- lassen
VEMI.5.E	11,29	8,460	,814	,843
VEMI.7.E	11,48	8,873	,735	,872
VEMI.9.E	11,48	8,117	,801	,848
VEMI.11.E	11,43	9,071	,707	,882

### Skala-Statistiken

Mittelwert	Varianz	Std.-Abweichung	Anzahl der Items
15,23	14,814	3,849	4

## Skala: Gesundheit\_Skala

### Zusammenfassung der Fallverarbeitung

		N	%
Fälle	Gültig	120	100,0
	Ausgeschlossen	0	,0
	Gesamt	120	100,0

### Reliabilitätsstatistiken

Cronbachs Alpha	Anzahl der Items
,779	4

### Itemstatistiken

	Mittelwert	Std.-Abweichung	N
VEMI.1.H	4,60	,556	120
VEMI.4.H	4,28	,898	120
VEMI.6.H	4,28	,663	120
VEMI.13.H	4,59	,558	120

### Item-Skala-Statistiken

	Skalenmittelwert, wenn Item wegge- lassen	Skalenvarianz, wenn Item wegge- lassen	Korrigierte Item- Skala-Korrelation	Cronbachs Alpha, wenn Item wegge- lassen
VEMI.1.H	13,15	2,986	,623	,718
VEMI.4.H	13,48	2,369	,476	,829
VEMI.6.H	13,47	2,671	,637	,699
VEMI.13.H	13,16	2,823	,724	,674

### Skala-Statistiken

Mittelwert	Varianz	Std.-Abweichung	Anzahl der Items
17,75	4,492	2,119	4

### Skala: Fleisch.Dim\_Skala

#### Zusammenfassung der Fallverarbeitung

		N	%
Fälle	Gültig	120	100,0
	Ausgeschlossen	0	,0
	Gesamt	120	100,0

#### Reliabilitätsstatistiken

Cronbachs Alpha	Anzahl der Items
,835	4

### Itemstatistiken

	Mittelwert	Std.-Abweichung	N
Fleisch.Dim_GE	4,39	,759	120
Fleisch.Dim_GR	4,18	,967	120
Fleisch.Dim_BE	3,91	1,029	120
Fleisch.Dim_AS	3,52	1,188	120

### Item-Skala-Statistiken

	Skalenmittelwert, wenn Item wegge- lassen	Skalenvarianz, wenn Item wegge- lassen	Korrigierte Item- Skala-Korrelation	Cronbachs Alpha, wenn Item wegge- lassen
Fleisch.Dim_GE	11,60	7,671	,575	,834
Fleisch.Dim_GR	11,82	6,353	,692	,781
Fleisch.Dim_BE	12,08	6,027	,708	,772
Fleisch.Dim_AS	12,48	5,260	,733	,767

### Skala-Statistiken

Mittelwert	Varianz	Std.-Abweichung	Anzahl der Items
15,99	10,664	3,266	4

### Skala: Fleisch.Nice\_Skala

### Zusammenfassung der Fallverarbeitung

		N	%
Fälle	Gültig	120	100,0
	Ausgeschlossen	0	,0
	Gesamt	120	100,0

### Reliabilitätsstatistiken

Cronbachs Alpha	Anzahl der Items
,788	4

### Itemstatistiken

	Mittelwert	Std.-Abweichung	N
Fleisch.Nice_K	4,35	,785	120
Fleisch.Nice_GE	2,17	1,261	120
Fleisch.Nice_FB	2,47	1,432	120
Fleisch.Nice_LA	1,69	1,075	120

### Item-Skala-Statistiken

	Skalenmittelwert, wenn Item wegge- lassen	Skalenvarianz, wenn Item wegge- lassen	Korrigierte Item- Skala-Korrelation	Cronbachs Alpha, wenn Item wegge- lassen
Fleisch.Nice_K	6,33	10,745	,363	,830
Fleisch.Nice_GE	8,51	6,907	,713	,670
Fleisch.Nice_FB	8,22	5,919	,755	,648
Fleisch.Nice_LA	8,99	8,294	,610	,730

### Skala-Statistiken

Mittelwert	Varianz	Std.-Abweichung	Anzahl der Items
10,68	13,227	3,637	4

## Skala: VC1\_Skala\_erlebt

### Zusammenfassung der Fallverarbeitung

		N	%
Fälle	Gültig	120	100,0
	Ausgeschlossen	0	,0
	Gesamt	120	100,0

### Reliabilitätsstatistiken

Cronbachs Alpha	Anzahl der Items
,788	6

### Itemstatistiken

	Mittelwert	Std.-Abweichung	N
Wahl1.VC1.reversed	1,9667	1,10715	120
Wahl1.VC2	2,3167	1,35339	120
Wahl1.VC3	2,0167	1,15215	120
Wahl1.VC4	1,6750	1,08591	120
Wahl1.VC5	1,6750	1,14615	120

Wahl1.VC6	1,9333	1,38256	120
-----------	--------	---------	-----

#### Item-Skala-Statistiken

	Skalenmittelwert, wenn Item wegge- lassen	Skalenvarianz, wenn Item wegge- lassen	Korrigierte Item- Skala-Korrelation	Cronbachs Alpha, wenn Item wegge- lassen
Wahl1.VC1.reversed	9,6167	18,356	,635	,735
Wahl1.VC2	9,2667	16,617	,649	,727
Wahl1.VC3	9,5667	18,080	,633	,734
Wahl1.VC4	9,9083	18,807	,597	,744
Wahl1.VC5	9,9083	19,832	,437	,779
Wahl1.VC6	9,6500	19,524	,341	,810

#### Skala-Statistiken

Mittelwert	Varianz	Std.-Abweichung	Anzahl der Items
11,5833	25,606	5,06028	6

#### Skala: VC2\_Skala\_erlebt

##### Zusammenfassung der Fallverarbeitung

		N	%
Fälle	Gültig	120	100,0
	Ausgeschlossen	0	,0
	Gesamt	120	100,0

##### Reliabilitätsstatistiken

Cronbachs Alpha	Anzahl der Items
,848	6

#### Itemstatistiken

	Mittelwert	Std.-Abweichung	N
Wahl2.VC1.reversed	1,9750	1,12618	120
Wahl2.VC2	2,1917	1,31760	120
Wahl2.VC3	2,0167	1,22977	120
Wahl2.VC4	1,6667	1,11018	120
Wahl2.VC5	1,5167	,99565	120
Wahl2.VC6	2,0667	1,42448	120

#### Item-Skala-Statistiken

	Skalenmittelwert, wenn Item wegge- lassen	Skalenvarianz, wenn Item wegge- lassen	Korrigierte Item- Skala-Korrelation	Cronbachs Alpha, wenn Item wegge- lassen
Wahl2.VC1.reversed	9,4583	22,889	,532	,840
Wahl2.VC2	9,2417	19,681	,725	,803
Wahl2.VC3	9,4167	19,959	,767	,795
Wahl2.VC4	9,7667	21,575	,687	,813
Wahl2.VC5	9,9167	22,985	,620	,827
Wahl2.VC6	9,3667	21,259	,503	,854

**Skala-Statistiken**

Mittelwert	Varianz	Std.-Abweichung	Anzahl der Items
11,4333	29,895	5,46760	6

**C6 - Verteilung Zielkonflikt**

SPSS-Wert .00: Werte unter 50%

SPSS-Wert: 1.00: Werte über 50%

**Zielkonflikt Tierwohl, Geschmack**

**Statistiken**

VC\_häufig\_Tier

N	Gültig	120
	Fehlend	0
Modus		1,00
Spannweite		1,00
Minimum		,00
Maximum		1,00

**VC\_häufig\_Tier**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	,00	15	12,5	12,5	12,5
	1,00	105	87,5	87,5	100,0
Gesamt		120	100,0	100,0	

**Zielkonflikt Gesundheit, Geschmack**

**Statistiken**

VC\_häufig\_Gesundheit

N	Gültig	120
	Fehlend	0
Modus		1,00
Spannweite		1,00
Minimum		,00
Maximum		1,00

**VC\_häufig\_Gesundheit**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	,00	9	7,5	7,5	7,5
	1,00	111	92,5	92,5	100,0

Gesamt	120	100,0	100,0
--------	-----	-------	-------

## Zielkonflikt Umwelt, Geschmack

### Statistiken

VC\_häufig\_Umwelt

N	Gültig	120
	Fehlend	0
Modus		1,00
Spannweite		1,00
Minimum		,00
Maximum		1,00

### VC\_häufig\_Umwelt

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	,00	23	19,2	19,2	19,2
	1,00	97	80,8	80,8	100,0
	Gesamt	120	100,0	100,0	

## C7 - gepaarter t-Test Zielkonflikte

### Statistik bei gepaarten Stichproben

		Mittelwert	N	Std.-Abweichung	Standard- fehler des Mittel- wertes
Paaren 1	VC_Gesundheit.Ge- schmack.Dim.umgewandelt	,7422	120	,17514	,01599
	VC_Umwelt.Ge- schmack.Dim.umgewandelt	,6372	120	,20394	,01862
Paaren 2	VC_Gesundheit.Ge- schmack.Dim.umgewandelt	,7422	120	,17514	,01599
	VC_Tier.Geschmack.Dim.um- gewandelt	,7032	120	,17127	,01563
Paaren 3	VC_Umwelt.Ge- schmack.Dim.umgewandelt	,6372	120	,20394	,01862
	VC_Tier.Geschmack.Dim.um- gewandelt	,7032	120	,17127	,01563

### Korrelationen bei gepaarten Stichproben

N	Korrelation	Signifikanz	
		Einseitiges p	Zwei- seitiges p

Paaren 1	VC_Gesundheit.Geschmack.Dim.umgewandelt & VC_Umwelt.Geschmack.Dim.umgewandelt	120	,373	<,001	<,001
Paaren 2	VC_Gesundheit.Geschmack.Dim.umgewandelt & VC_Tier.Geschmack.Dim.umgewandelt	120	,739	<,001	<,001
Paaren 3	VC_Umwelt.Geschmack.Dim.umgewandelt & VC_Tier.Geschmack.Dim.umgewandelt	120	,357	<,001	<,001

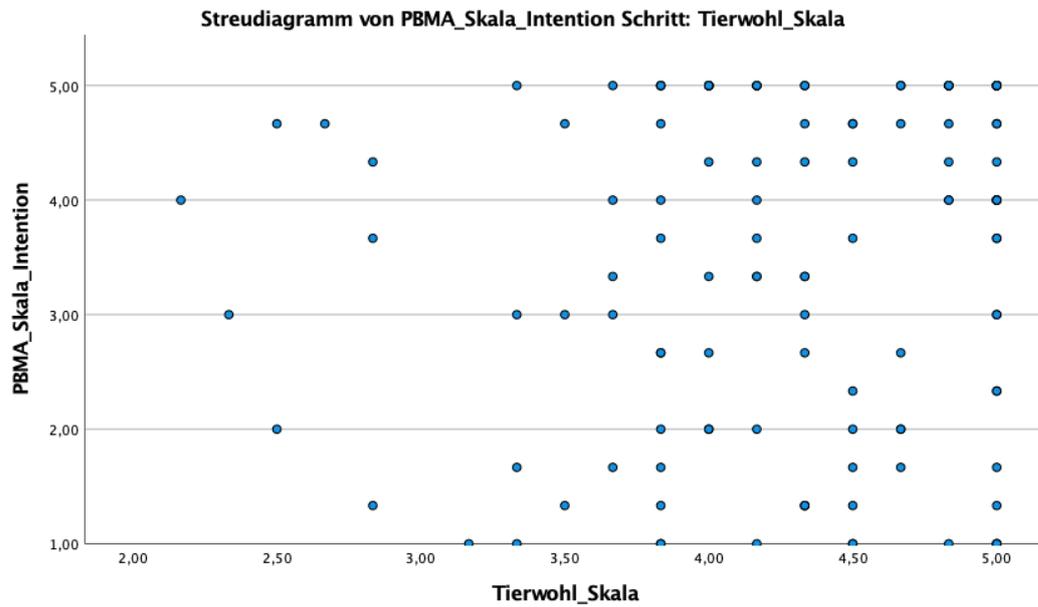
### Test bei gepaarten Stichproben

		Gepaarte Differenzen					Signifikanz			
		Mittelwert	Std.-Abweichung	Standardfehler des Mittelwertes	95% Konfidenzintervall der Differenz		T	df	Einseitiges p	Zweiseitiges p
					Unterer Wert	Oberer Wert				
Paaren 1	VC_Gesundheit.Geschmack.Dim.umgewandelt - VC_Umwelt.Geschmack.Dim.umgewandelt	,10503	,21366	,01950	,06641	,14366	5,385	119	<,001	<,001
Paaren 2	VC_Gesundheit.Geschmack.Dim.umgewandelt - VC_Tier.Geschmack.Dim.umgewandelt	,03900	,12511	,01142	,01639	,06162	3,415	119	<,001	<,001
Paaren 3	VC_Umwelt.Geschmack.Dim.umgewandelt - VC_Tier.Geschmack.Dim.umgewandelt	-,06603	,21441	,01957	-,10479	-,02727	-3,374	119	<,001	,001

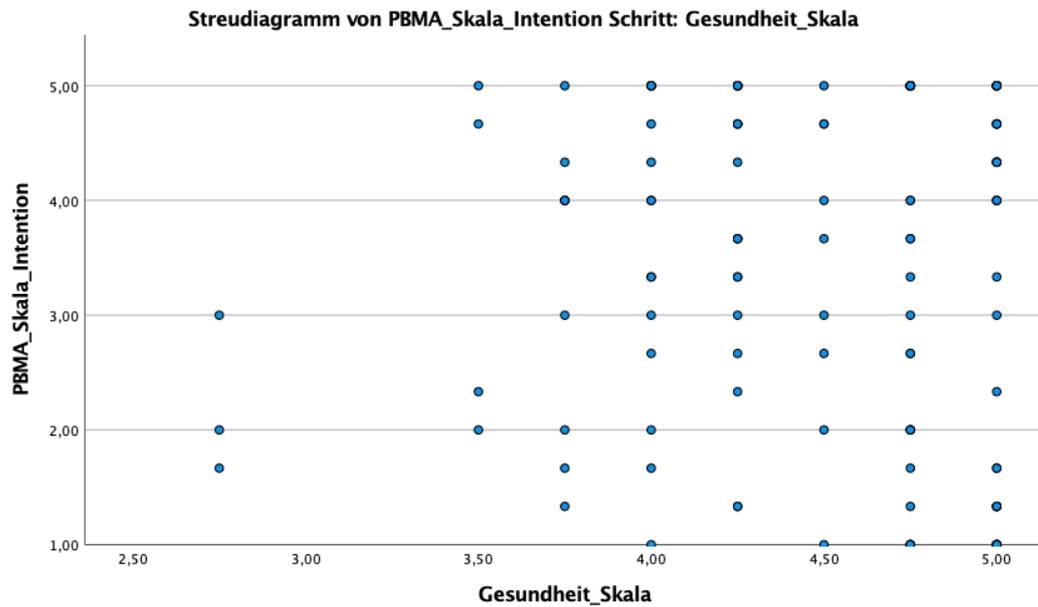
## C8 - Voraussetzung der einfachen Regressionsanalyse

### Linearität des Zusammenhangs

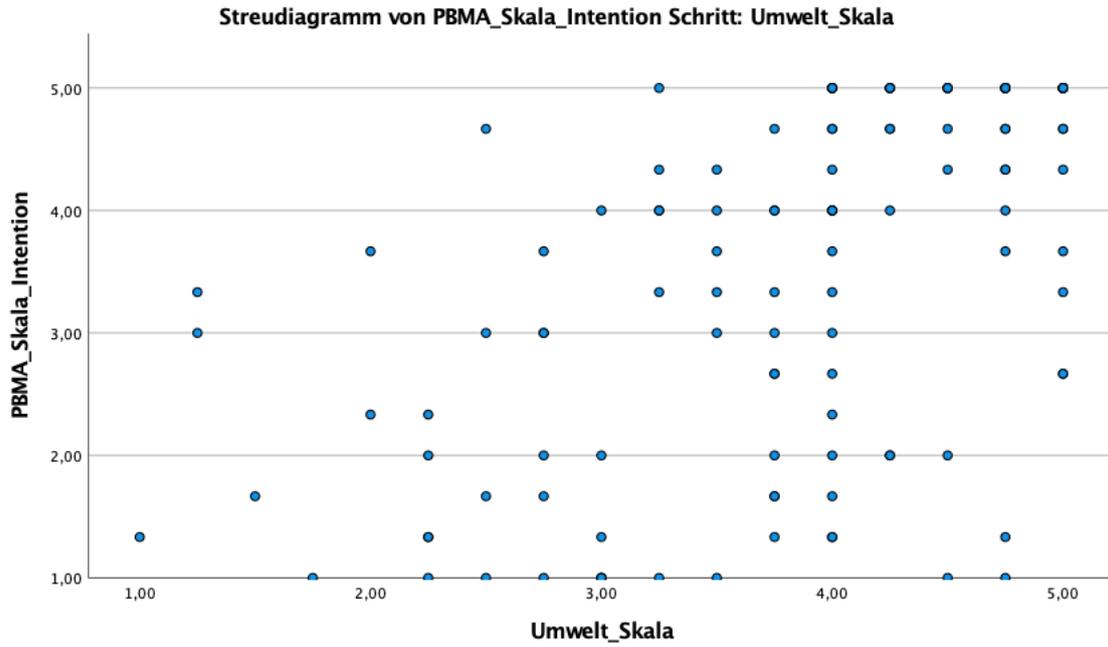
#### H1: Kaufintention Fleischersatz - Ziel Tierwohl



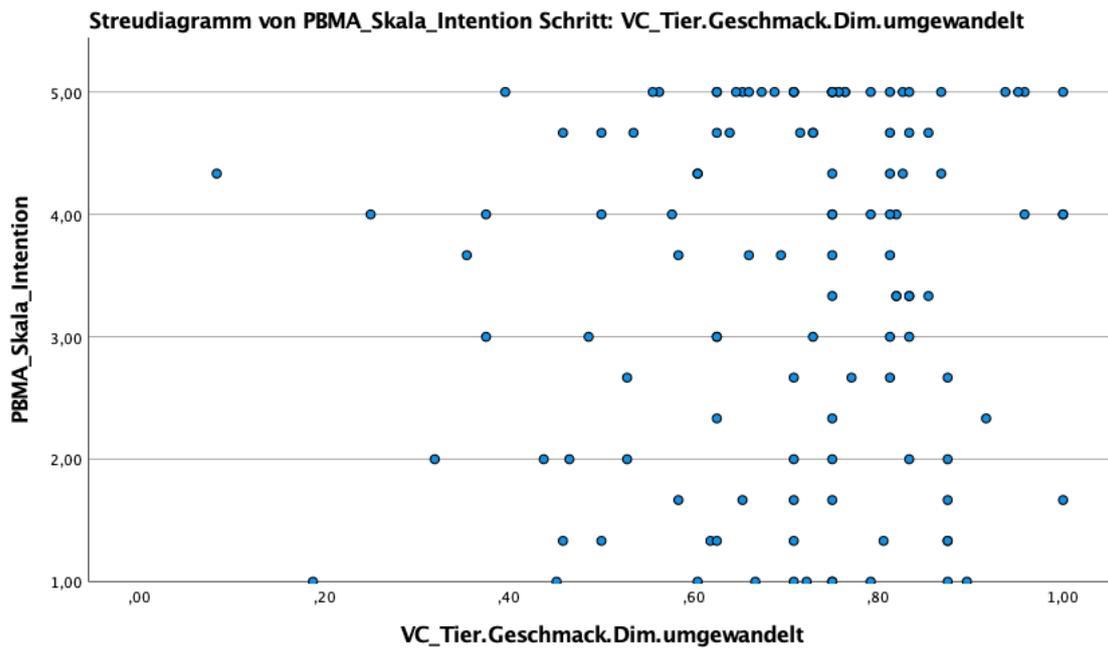
#### H2: Kaufintention Fleischersatz - Ziel Gesundheit



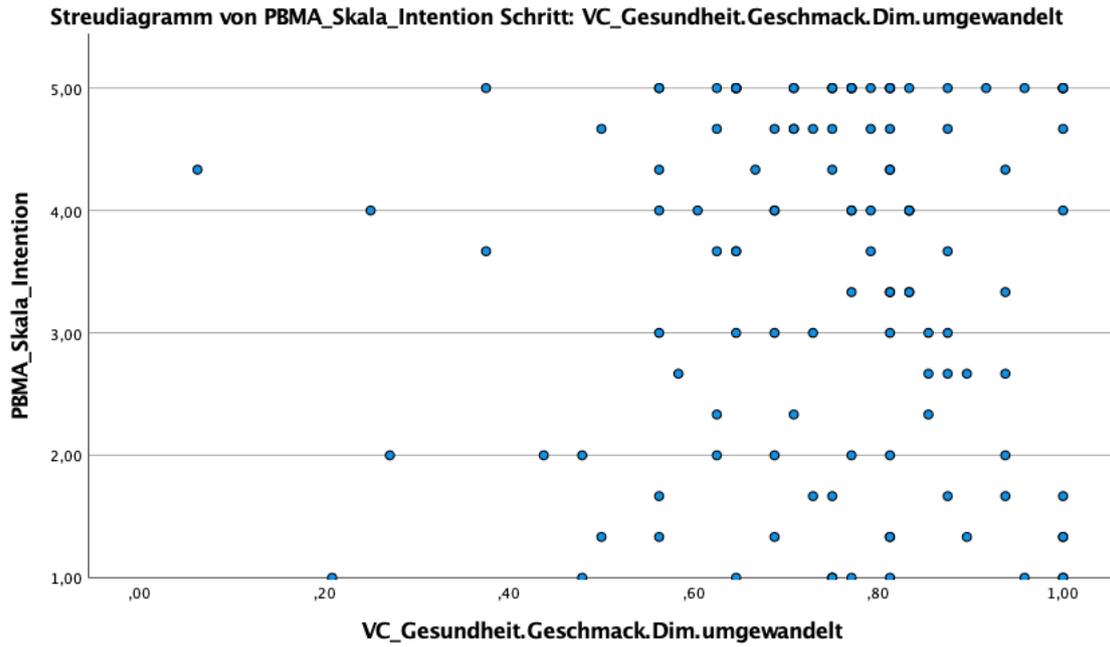
### H3: Kaufintention Fleischersatz - Ziel Umwelt



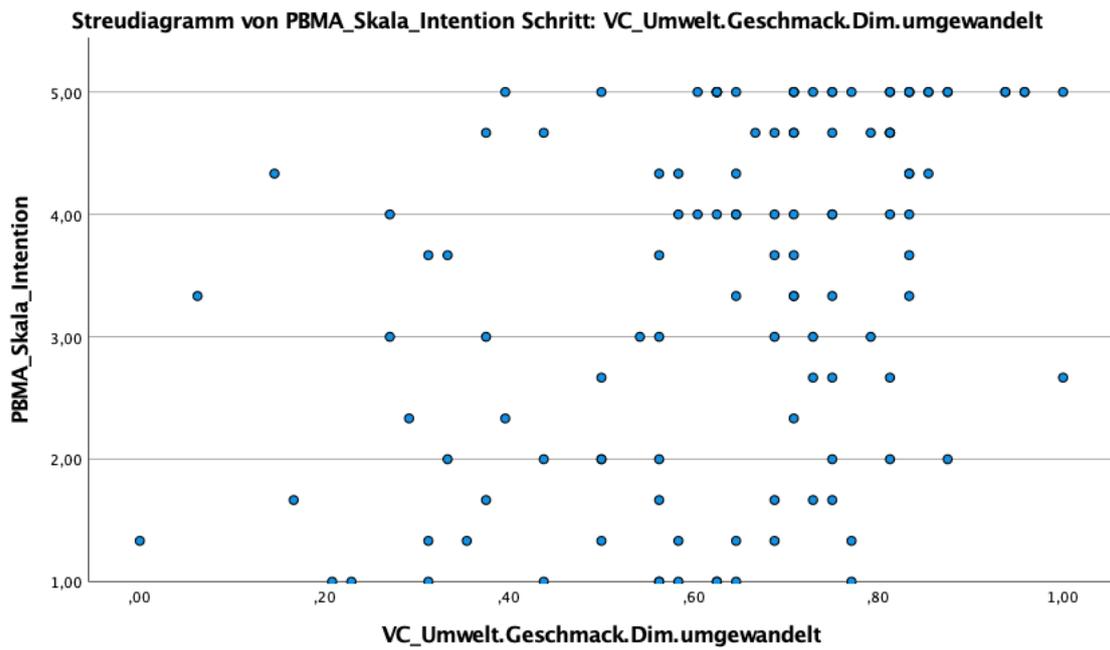
### H4: Kaufintention Fleischersatz - Latenter Zielkonflikt Tierwohl, Geschmack



### H5: Kaufintention Fleischersatz - Latenter Zielkonflikt Gesundheit, Geschmack

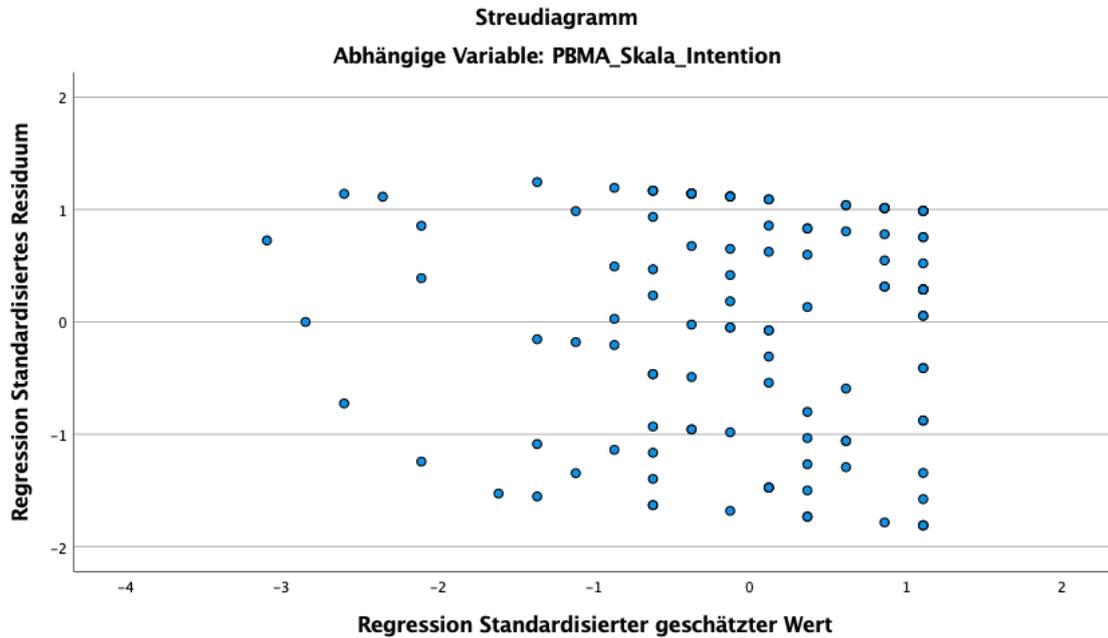


### H6: Kaufintention Fleischersatz - Latenter Zielkonflikt Umwelt, Geschmack



## Streudiagramme zur visuellen Prüfung

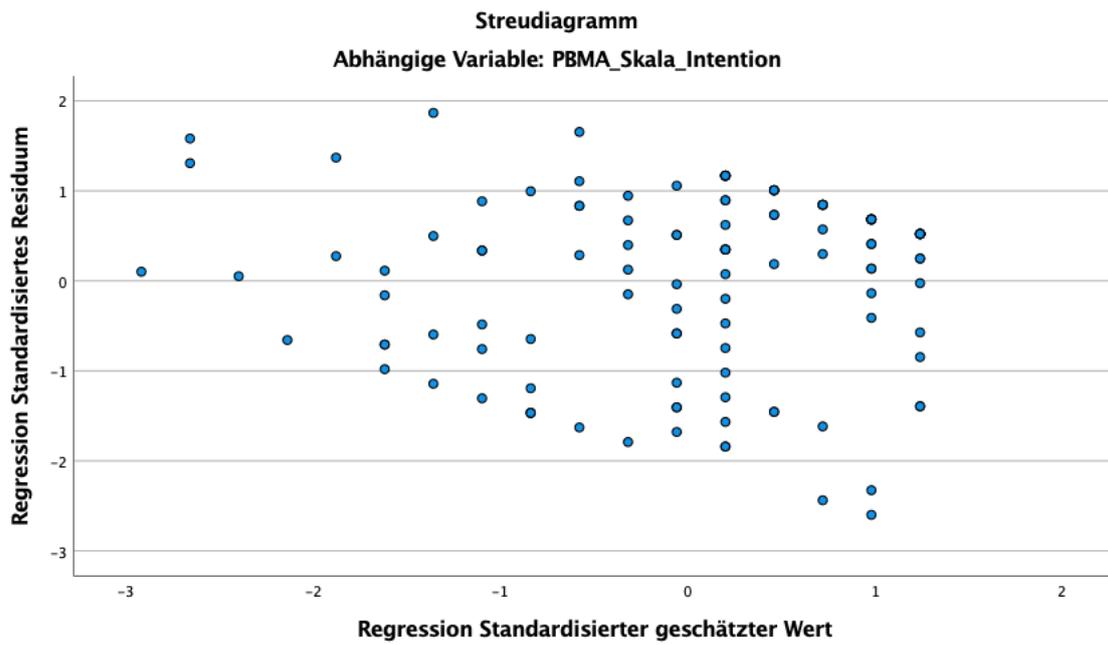
### H1: Kaufintention Fleischersatz - Ziel Tierwohl



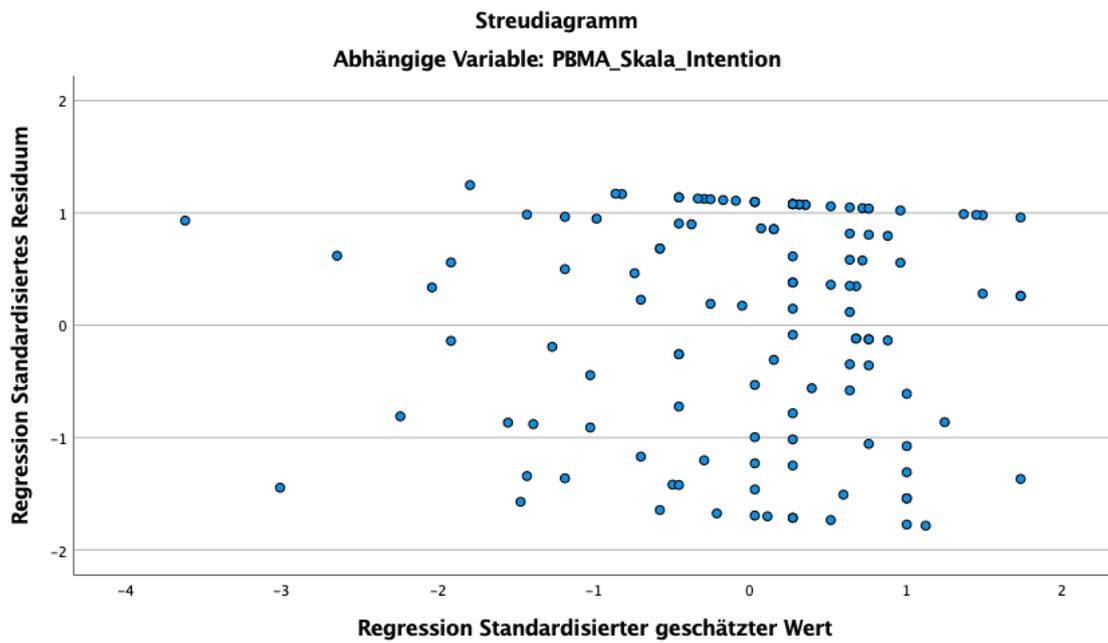
### H2: Kaufintention Fleischersatz - Ziel Gesundheit



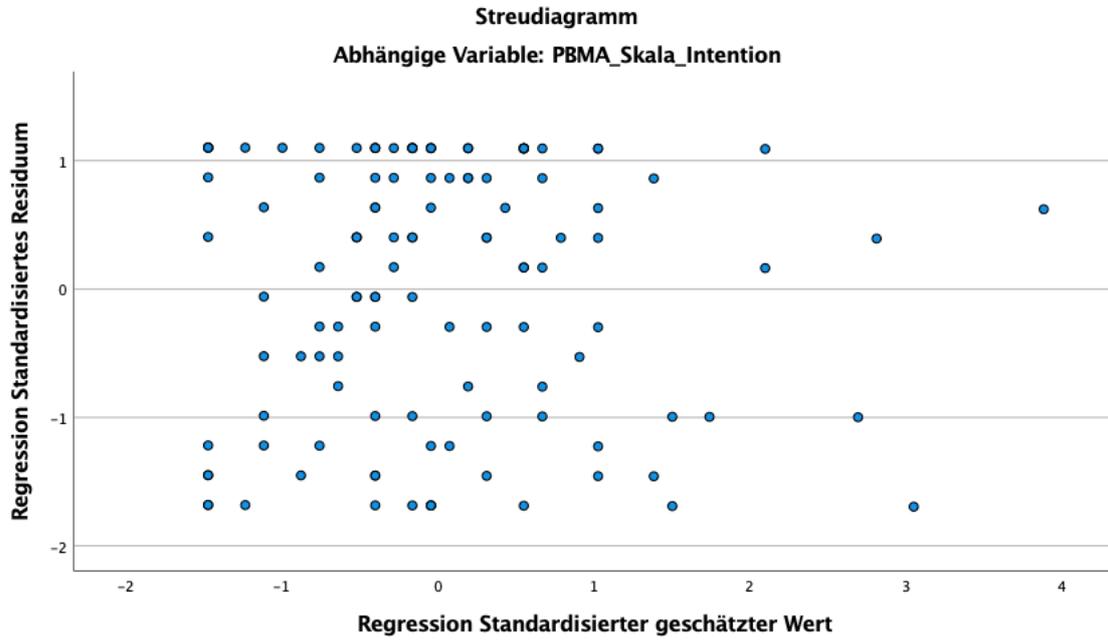
### H3: Kaufintention Fleischersatz - Ziel Umwelt



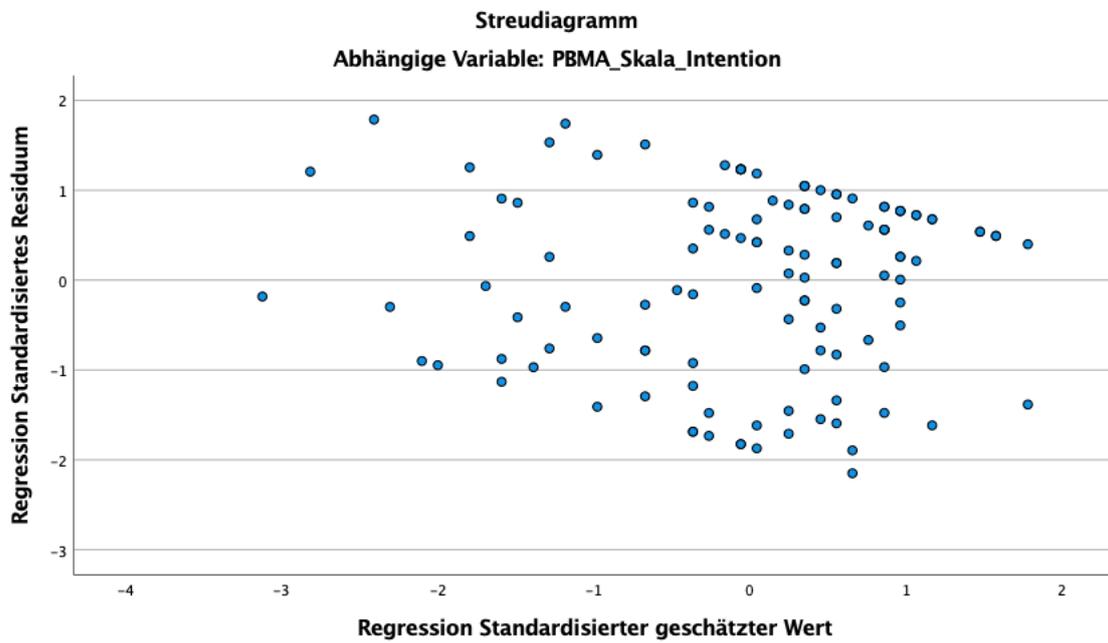
**H4: Kaufintention Fleischersatz - Latenter Zielkonflikt Tierwohl, Geschmack**



### H5: Kaufintention Fleischersatz - Latenter Zielkonflikt Gesundheit, Geschmack

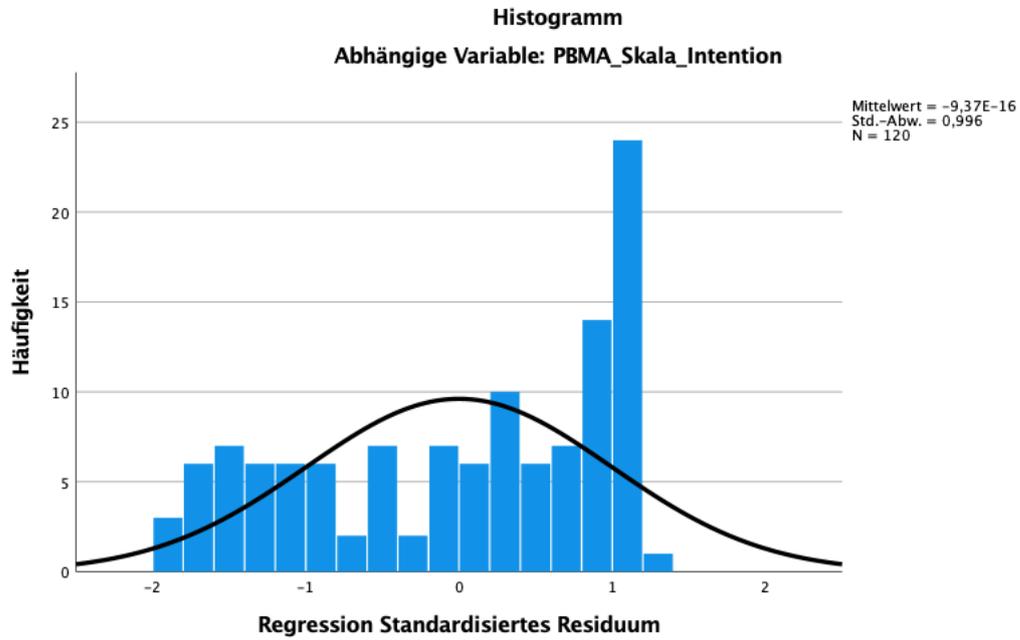


### H6: Kaufintention Fleischersatz - Latenter Zielkonflikt Umwelt, Geschmack

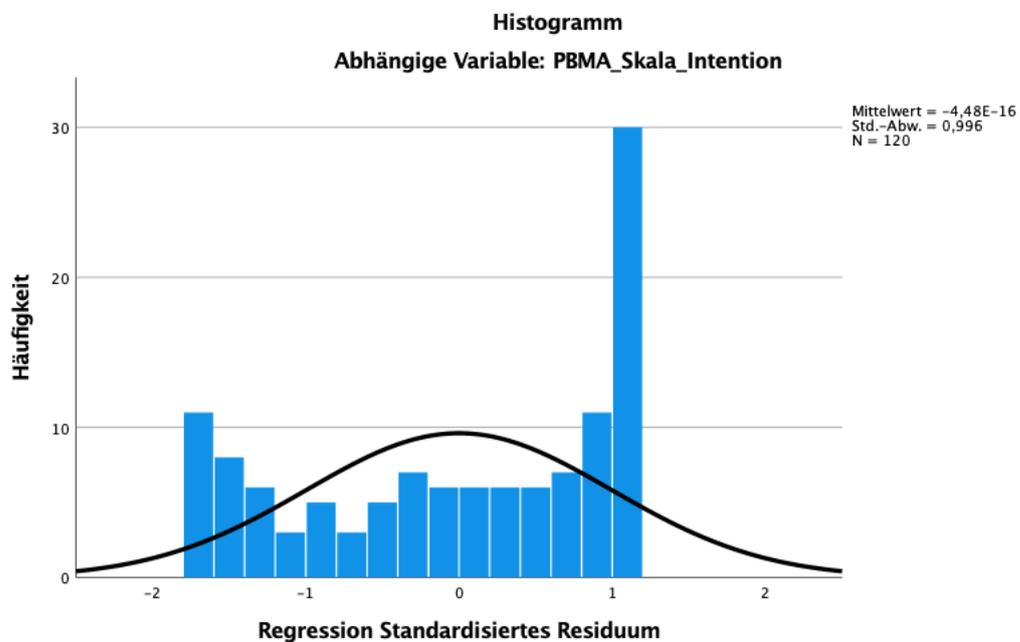


# Normalverteilung des Fehlerwerts

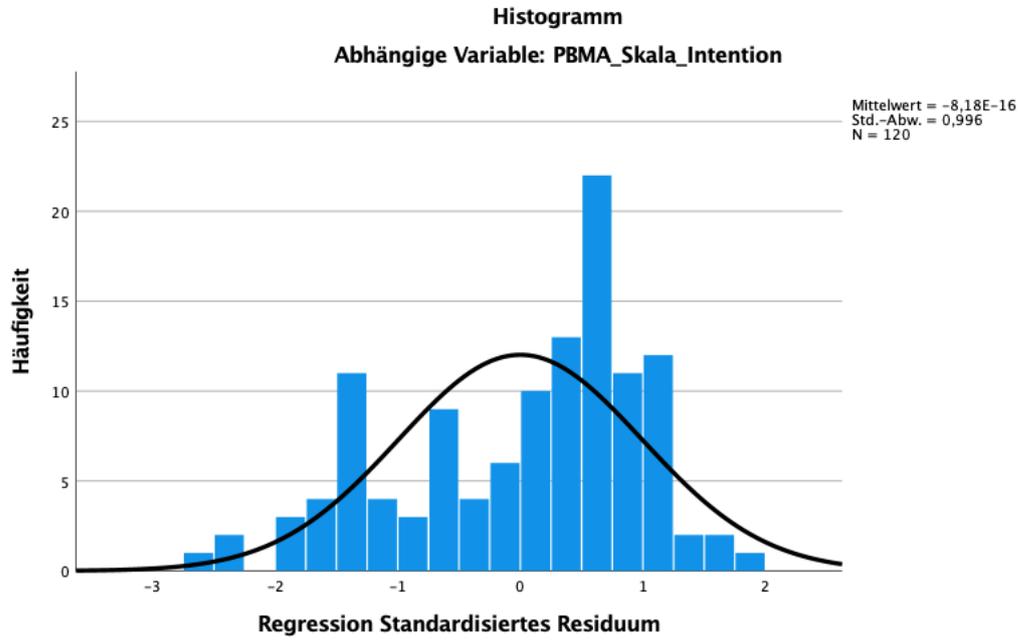
## H1: Kaufintention Fleischersatz - Ziel Tierwohl



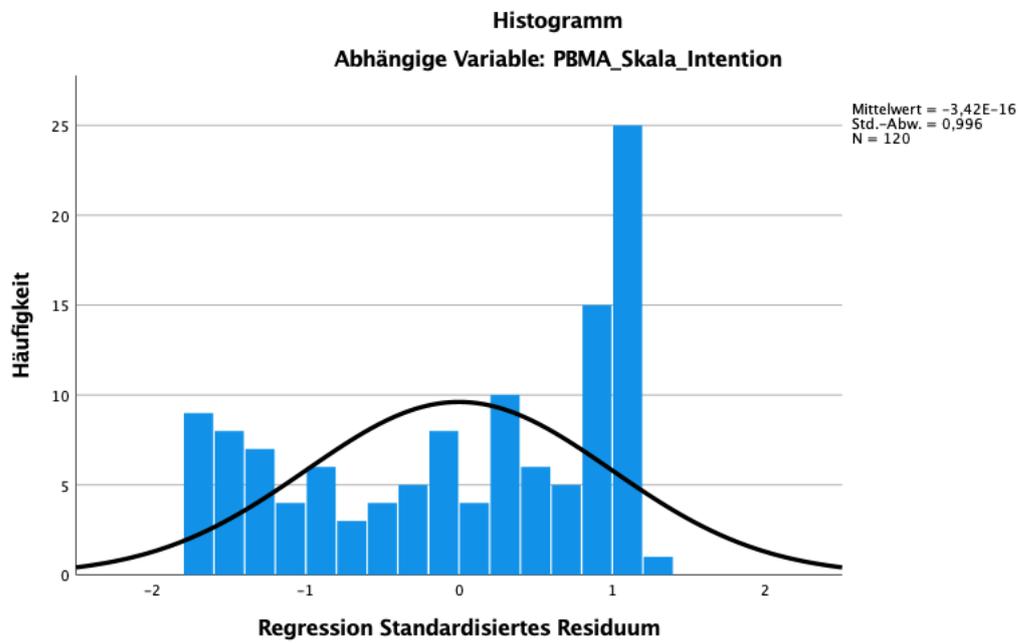
## H2: Kaufintention Fleischersatz - Ziel Gesundheit



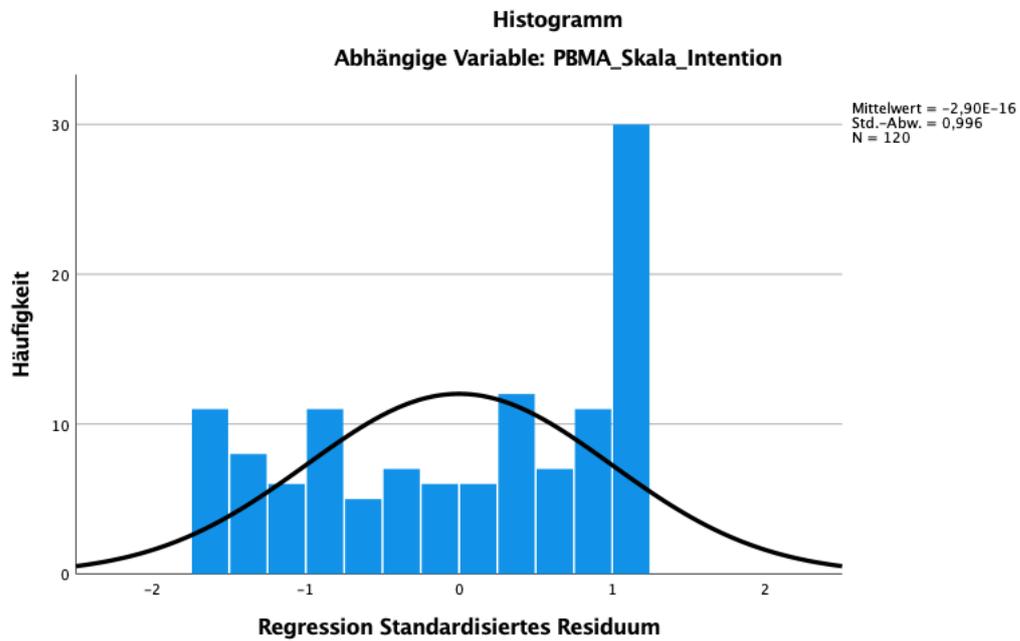
### H3: Kaufintention Fleischersatz - Ziel Umwelt



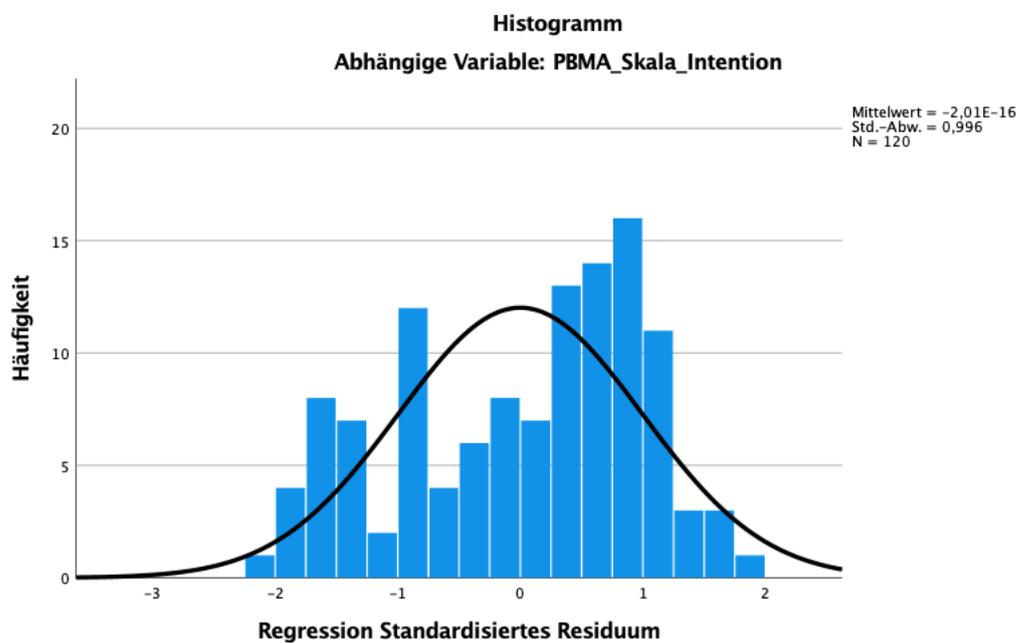
### H4: Kaufintention Fleischersatz - Latenter Zielkonflikt Tierwohl, Geschmack



## H5: Kaufintention Fleischersatz - Latenter Zielkonflikt Gesundheit, Geschmack



## H6: Kaufintention Fleischersatz - Latenter Zielkonflikt Umwelt, Geschmack



## C9 - Lineare Regression

### H1

#### Aufgenommene/Entfernte Variablen

Modell	Aufgenommene Variablen	Entfernte Variablen	Methode
1	Tierwohl_Skala		. Einschluß

#### Modellzusammenfassung

Modell	R	R-Quadrat	Korrigiertes R-Quadrat	Standardfehler des Schätzers
1	,104	,011	,002	1,42939

#### ANOVA

Modell		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
1	Regression	2,626	1	2,626	1,285	,259
	Nicht standardisierte Residuen	241,092	118	2,043		
	Gesamt	243,719	119			

#### Koeffizienten

Modell		Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Sig.
		Regressionskoeffizient B	Std.-Fehler	Beta		
1	(Konstante)	2,485	,837		2,969	,004
	Tierwohl_Skala	,220	,194	,104	1,134	,259

#### Residuenstatistik

	Minimum	Maximum	Mittelwert	Std.-Abweichung	N
Nicht standardisierter vorhergesagter Wert	2,9624	3,5869	3,4222	,14856	120
Nicht standardisierte Residuen	-2,58693	1,78044	,00000	1,42337	120
Standardisierter vorhergesagter Wert	-3,095	1,109	,000	1,000	120
Standardisierte Residuen	-1,810	1,246	,000	,996	120

### H2

#### Aufgenommene/Entfernte Variablen

Modell	Aufgenommene Variablen	Entfernte Variablen	Methode
1	Gesundheit_Skala		. Einschluß

#### Modellzusammenfassung

Modell	R	R-Quadrat	Korrigiertes R-Quadrat	Standardfehler des Schätzers
1	,011	,000	-,008	1,43707

#### ANOVA

Modell		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
1	Regression	,030	1	,030	,014	,904
	Nicht standardisierte Residuen	243,689	118	2,065		
	Gesamt	243,719	119			

#### Koeffizienten

Modell		Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten		Sig.
		Regressionskoeffizient B	Std.-Fehler	Beta	T	
1	(Konstante)	3,555	1,111		3,200	,002
	Gesundheit Skala	-,030	,249	-,011	-,120	,904

#### Residuenstatistik

	Minimum	Maximum	Mittelwert	Std.-Abweichung	N
Nicht standardisierter vorhergesagter Wert	3,4054	3,4727	3,4222	,01586	120
Nicht standardisierte Residuen	-2,43532	1,59462	,00000	1,43101	120
Standardisierter vorhergesagter Wert	-1,062	3,185	,000	1,000	120
Standardisierte Residuen	-1,695	1,110	,000	,996	120

### H3

#### Aufgenommene/Entfernte Variablen

Modell	Aufgenommene Variablen	Entfernte Variablen	Methode
1	Umwelt Skala		. Einschluß

#### Modellzusammenfassung

Modell	R	R-Quadrat	Korrigiertes R-Quadrat	Standardfehler des Schätzers
1	,530	,281	,275	1,21844

#### ANOVA

Modell		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
1	Regression	68,537	1	68,537	46,166	<,001
	Nicht standardisierte Residuen	175,181	118	1,485		
	Gesamt	243,719	119			

### Koeffizienten

Modell		Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Sig.
		Regressionskoeffizient B	Std.-Fehler	Beta		
1	(Konstante)	,420	,456		,922	,358
	Umwelt_Skala	,789	,116	,530	6,795	<,001

### Residuenstatistik

	Minimum	Maximum	Mittelwert	Std.-Abweichung	N
Nicht standardisierter vorhergesagter Wert	1,2090	4,3637	3,4222	,75891	120
Nicht standardisierte Residuen	-3,16655	2,27467	,00000	1,21331	120
Standardisierter vorhergesagter Wert	-2,916	1,241	,000	1,000	120
Standardisierte Residuen	-2,599	1,867	,000	,996	120

### H4

#### Aufgenommene/Entfernte Variablen

Modell	Aufgenommene Variablen	Entfernte Variablen	Methode
1	VC_Tier.Geschmack.Dim.umgewandelt		Einschluß

#### Modellzusammenfassung

Modell	R	R-Quadrat	Korrigiertes R-Quadrat	Standardfehler des Schätzers
1	,082	,007	-,002	1,43234

#### ANOVA

Modell		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
1	Regression	1,631	1	1,631	,795	,374
	Nicht standardisierte Residuen	242,088	118	2,052		
	Gesamt	243,719	119			

### Koeffizienten

Modell	Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Sig.
	Regressionskoeffizient B	Std.-Fehler	Beta		

1	(Konstante)	2,942	,555		5,303	<,001
	VC Tier.Ge- schmack.Dim.umge- wandelt	,684	,767	,082	,892	,374

#### Residuenstatistik

	Minimum	Maximum	Mittelwert	Std.-Abwei- chung	N
Nicht standardisierter vorher- gesagter Wert	2,9985	3,6251	3,4222	,11707	120
Nicht standardisierte Resi- duen	-2,55390	1,78786	,00000	1,42631	120
Standardisierter vorhergesag- ter Wert	-3,619	1,733	,000	1,000	120
Standardisierte Residuen	-1,783	1,248	,000	,996	120

## H5

#### Aufgenommene/Entfernte Variablen

Modell	Aufgenommene Variablen	Entfernte Variab- len	Methode
1	VC_Gesund- heit.Ge- schmack.Dim.umge- wandelt		. Einschluß

#### Modellzusammenfassung

Modell	R	R-Quadrat	Korrigiertes R- Quadrat	Standardfehler des Schätzers
1	,003	,000	-,008	1,43715

#### ANOVA

Modell		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
1	Regression	,002	1	,002	,001	,974
	Nicht standardisierte Re- siduen	243,716	118	2,065		
	Gesamt	243,719	119			

#### Koeffizienten

Modell		Nicht standardisierte Koeffi- zienten		Standardi- sierte Koeffi- zienten	T	Sig.
		Regressions- koeffizient B	Std.-Fehler	Beta		
1	(Konstante)	3,441	,573		5,999	<,001
	VC_Gesundheit.Ge- schmack.Dim.umge- wandelt	-,025	,752	-,003	-,033	,974

### Residuenstatistik

	Minimum	Maximum	Mittelwert	Std.-Abweichung	N
Nicht standardisierter vorhergesagter Wert	3,4158	3,4390	3,4222	,00433	120
Nicht standardisierte Residuen	-2,43543	1,58415	,00000	1,43110	120
Standardisierter vorhergesagter Wert	-1,472	3,881	,000	1,000	120
Standardisierte Residuen	-1,695	1,102	,000	,996	120

## H6

### Aufgenommene/Entfernte Variablen

Modell	Aufgenommene Variablen	Entfernte Variablen	Methode
1	VC_Umwelt.Geschmack.Dim.umgewandelt		Einschluß

### Modellzusammenfassung

Modell	R	R-Quadrat	Korrigiertes R-Quadrat	Standardfehler des Schätzers
1	,414	,171	,164	1,30823

### ANOVA

Modell		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
1	Regression	41,765	1	41,765	24,403	<,001
	Nicht standardisierte Residuen	201,954	118	1,711		
	Gesamt	243,719	119			

### Koeffizienten

Modell		Nicht standardisierte Koeffizienten		Standardisierte Koeffizienten	T	Sig.
		Regressionskoeffizient B	Std.-Fehler	Beta		
1	(Konstante)	1,571	,393		3,996	<,001
	VC_Umwelt.Geschmack.Dim.umgewandelt	2,905	,588	,414	4,940	<,001

### Residuenstatistik

	Minimum	Maximum	Mittelwert	Std.-Abweichung	N
Nicht standardisierter vorhergesagter Wert	1,5713	4,4763	3,4222	,59242	120

Nicht standardisierte Residuen	-2,81055	2,33836	,00000	1,30272	120
Standardisierter vorhergesagter Wert	-3,124	1,779	,000	1,000	120
Standardisierte Residuen	-2,148	1,787	,000	,996	120

## C10 - Mediation

Für die Mediationsanalysen wurden die Variablennamen angepasst. PROCESS (Hayes, 2018) weist in SPSS darauf hin, dass Variablennamen, die länger als acht Zeichen sind, zu einer falschen Ausgabe führen können. Aufgrund dessen wurde die Variable *PBMA\_Skala\_Intention* zu *Intent* umbenannt. Die Variable *VCI\_Skala\_erlebt* wurde zu *erlebt*, *VC\_Tier.Geschmack.Dim.umgewandelt* zu *VCTier* und *VC\_Gesundheit.Geschmack.Dim.umgewandelt* zu *VCGesundheit* umbenannt.

### Latenter Zielkonflikt (Tierwohl und Geschmack), erlebter Zielkonflikt, Kaufintention

\*\*\*\*\* PROCESS Procedure for SPSS Version 4.1 \*\*\*\*\*

Written by Andrew F. Hayes, Ph.D. [www.afhayes.com](http://www.afhayes.com)  
 Documentation available in Hayes (2022). [www.guilford.com/p/hayes3](http://www.guilford.com/p/hayes3)

\*\*\*\*\*

Model : 4  
 Y : Intent  
 X : VCTier  
 M : erlebt

Sample  
 Size: 120

\*\*\*\*\*

OUTCOME VARIABLE:  
 erlebt

Model Summary

	R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
	,2019	,0408	,6881	5,0160	1,0000	118,0000	,0270

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	1,3971	,2499	5,5895	,0000	,9021	1,8920
VCTier	,1657	,0740	2,2396	,0270	,0192	,3123

Standardized coefficients

	coeff
VCTier	,2019

\*\*\*\*\*

OUTCOME VARIABLE:

Intent

Model Summary

R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
,3385	,1146	1,8444	7,5692	2,0000	117,0000	,0008

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	2,2605	,4602	4,9118	,0000	1,3491	3,1720
VCTier	,0196	,1237	,1586	,8743	-,2254	,2646
erlebt	,5690	,1507	3,7755	,0003	,2705	,8675

Standardized coefficients

	coeff
VCTier	,0141
erlebt	,3353

\*\*\*\*\* DIRECT AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y \*\*\*\*\*

Direct effect of X on Y

Effect	se	t	p	LLCI	ULCI	c'_cs
,0196	,1237	,1586	,8743	-,2254	,2646	,0141

Indirect effect(s) of X on Y:

Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
erlebt	,0943	,0401	,0231 ,1787

Completely standardized indirect effect(s) of X on Y:

Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
erlebt	,0677	,0291	,0158 ,1275

\*\*\*\*\* ANALYSIS NOTES AND ERRORS \*\*\*\*\*

Level of confidence for all confidence intervals in output:

95,0000

Number of bootstrap samples for percentile bootstrap confidence intervals:

5000

----- END MATRIX -----

## **Latenter Zielkonflikt (Gesundheit und Geschmack), erlebter Zielkonflikt, Kaufintention**

Run MATRIX procedure:

\*\*\*\*\* PROCESS Procedure for SPSS Version 4.1 \*\*\*\*\*

Written by Andrew F. Hayes, Ph.D. [www.afhayes.com](http://www.afhayes.com)  
Documentation available in Hayes (2022). [www.guilford.com/p/hayes3](http://www.guilford.com/p/hayes3)

\*\*\*\*\*

Model : 4  
Y : Intent  
X : VCGes  
M : erlebt

Sample  
Size: 120

\*\*\*\*\*

OUTCOME VARIABLE:  
erlebt

Model Summary

R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
,1409	,0199	,7031	2,3899	1,0000	118,0000	,1248

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	1,4270	,3346	4,2648	,0000	,7644	2,0896
VCGes	,6785	,4389	1,5459	,1248	-,1906	1,5476

Standardized coefficients

	coeff
VCGes	,1409

\*\*\*\*\*

OUTCOME VARIABLE:  
Intent

Model Summary

R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
,3420	,1170	1,8394	7,7510	2,0000	117,0000	,0007

Model

	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	2,6040	,5814	4,4788	,0000	1,4526	3,7555
VCGes	-,4225	,7170	-,5892	,5569	-1,8425	,9975
erlebt	,5862	,1489	3,9371	,0001	,2913	,8811

Standardized coefficients

	coeff
VCGes	-,0517
erlebt	,3455

\*\*\*\*\* DIRECT AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y \*\*\*\*\*

Direct effect of X on Y

Effect	se	t	p	LLCI	ULCI	c'_cs
-,4225	,7170	-,5892	,5569	-1,8425	,9975	-,0517

Indirect effect(s) of X on Y:

	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
erlebt	,3977	,2147	-,0071	,8261

Completely standardized indirect effect(s) of X on Y:

Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
erlebt	,0487	,0272	-,0008 ,1051

\*\*\*\*\* ANALYSIS NOTES AND ERRORS \*\*\*\*\*

Level of confidence for all confidence intervals in output:  
95,0000

Number of bootstrap samples for percentile bootstrap confidence intervals:  
5000

----- END MATRIX -----

## C11 - Häufigkeiten

### Entscheidungsszenario 2

**Für welchen der beiden Optionen würden Sie sich entscheiden? (Bitte entscheiden Sie sich nur für eine Option)**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Pro- zente	Kumulierte Prozente
Gültig	Für Option A (Fleisch- spieß)	80	66,7	66,7	66,7
	Für Option B (Gemüse- spieß)	40	33,3	33,3	100,0
	Gesamt	120	100,0	100,0	

### Entscheidungsszenario 2

**Für welche der Optionen würden Sie sich nun entscheiden? (Bitte entscheiden Sie sich nur für eine Option)**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	Option A	54	45,0	45,0	45,0
	Option B	28	23,3	23,3	68,3
	Option C	38	31,7	31,7	100,0
	Gesamt	120	100,0	100,0	

### Erfahrung Fleischersatzprodukt

**Haben Sie bereits Erfahrungen mit Fleischersatzprodukten gemacht?**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	Ja	105	87,5	87,5	87,5
	Nein	15	12,5	12,5	100,0
	Gesamt	120	100,0	100,0	

## Häufigkeit Wahrscheinlichkeit Fleisch-, Gemüse und Fleischersatzspiess

### Statistiken

		Fleischspiess	Gemüsespiess	Fleischersatzpro- dukt
N	Gültig	120	120	120
	Fehlend	0	0	0
Mittelwert		3,55	3,37	2,79
Std.-Abweichung		1,437	1,353	1,466

## Häufigkeitstabelle Wahrscheinlichkeit Fleisch-, Gemüse und Fleischersatzspiess

### Fleischspiess

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	1= Sehr unwahrscheinlich	18	15,0	15,0	15,0
	2= Eher unwahrscheinlich	12	10,0	10,0	25,0
	3= Weder wahrscheinlich noch unwahrscheinlich	18	15,0	15,0	40,0
	4= Eher wahrscheinlich	30	25,0	25,0	65,0
	5= Sehr wahrscheinlich	42	35,0	35,0	100,0
	Gesamt		120	100,0	100,0

### Gemüsespiess

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	1= Sehr unwahrscheinlich	15	12,5	12,5	12,5
	2= Eher unwahrscheinlich	20	16,7	16,7	29,2
	3= Weder wahrscheinlich noch unwahrscheinlich	21	17,5	17,5	46,7
	4= Eher wahrscheinlich	34	28,3	28,3	75,0
	5= Sehr wahrscheinlich	30	25,0	25,0	100,0
	Gesamt		120	100,0	100,0

### Fleischersatzprodukt

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Pro- zente
Gültig	1= Sehr unwahrscheinlich	37	30,8	30,8	30,8

2= Eher unwahrscheinlich	17	14,2	14,2	45,0
3= Weder wahrscheinlich noch unwahrscheinlich	15	12,5	12,5	57,5
4= Eher wahrscheinlich	36	30,0	30,0	87,5
5= Sehr wahrscheinlich	15	12,5	12,5	100,0
Gesamt	120	100,0	100,0	

## C12 - Freitext-Antworten Befragung

### Wahl 1 - Beweggründe für Fleischspieß

Antwort	Kategorie														
	Aussehen	Geschmack	Gesundheit	Gewohnheit	Hauptgericht	Lust	Natürlich	Preis	Situation	Soziale Norm	Sättigung	Umwelt	Unsicherheit	Zubereitung	Konflikt
5-10 Mal <b>lust</b> auf Grill (Fleisch) zu haben, gibt mir persönlich keine Schlechte gewissen.						1									
Am liebsten hätte ich einen Mix von beidem gehabt															
Bin immer für Fleisch, jedoch hat der Gemüsespiess sehr lecker ausgesehen- so was hat man nicht immer 😊															
Bin nicht so ein Fan von Gemüsespiessen															
Das kommt auf das Bild an. Der Fleischspieß hat mich nicht richtig angesprochen, jedoch weiss ich auch, dass ich keinen Gemüsespiess möchte. Aber eventuell eine Kombination von weniger Flesich und separat Gemüse. Ausserdem ist die Wahl <b>tagesabhängig</b> und wie das Bild aussieht.								1							
Der <b>G</b> emüsespiess wäre die " <b>richtige</b> " wahl, aber der Fleischspieß <b>schmeckt</b> meistens einfach besser.		1											1		
Der <b>Geschmack</b> von Fleisch hat mich zur Auswahl geleitet. <b>Auch wenn ich weiss, dass damit Tiere sterben müssen</b>	1														1
Der Grillspieß <b>schmeckt</b> mir besser		1													
Die beiden Varianten sind extrem. Ich hätte mich für Grillgemüse mit wenig Fleisch, Poulet und /oder Fisch entschieden															

Die Entscheidung ist mir nicht schwergefallen. Bei gewissen Gerichten lasse ich manchmal das Fleisch weg (kommt momentan jedoch noch zu selten vor). Beim Grillieren kann ich jedoch nicht darauf verzichten. Es gibt gewisse Fleischgerichte auf die ich nicht verzichten könnte (z.B. Spareribs, Fondue Chinoise) bei anderen Gerichten wäre die Wahl vielleicht nicht so klar gewesen.				1					1					
Die Fleisch variante <b>schmeckt</b> besser und ist <b>nahrhafter</b>		1	1											
<b>Duft</b> von grillierten Fleisch		1												
Es wäre nachhaltiger und gesünder für meinen Körper die Veggievariante zu nehmen. Jedoch grilliere ich nicht oft deshalb nehme ich die Fleischvariante. Ich gönne es mir, da ich ansonsten nicht viel Fleisch esse.									1					1
Esse gerne Gemüse jedoch auch ab und zu <b>sehr gerne Fleisch</b> . Nicht mehr so oft wie früher. <b>Jedoch beim Grillen gehört für mich etwas Fleisch dazu.</b>		1		1										
Fertige/Gekaufte Gemüsespiesse mag ich nicht, weil ich meist nicht jedes Gemüse darauf mag. + Lieber grilliere ich ganze Maiskolben etc und nicht Gemüsestücke an Spiesen.														
<b>Fitness</b>				1										
<b>Fleisch = mehr Kalorien und Eiweiss</b> , Vitamine, Ballaststoffe usw. können von Beilagen kommen				1										
<b>Fleisch gehört zum Grillen dazu</b> . Ich nehme aber auch immer zusätzlich gemüsespieß oder anderes ohne Fleisch					1									
<b>Fleisch gehört zum Grillen irgendwie dazu</b> . Zudem kenne ich Grillspiese und weiss, dass ich diese sehr <b>gerne</b> habe.		1		1										
Fleisch ist ein <b>wesentlicher</b> Bestandteil unserer Ernährung.								1						
fleisch ist <b>lecker</b>		1												
Fleisch <b>schmeckt</b> halt einfach besser muss man so sagen		1												

Fleisch und Gemuese gehoeren beide beim Grillen mit dazu. In meinen Augen ist Fleisch eher das Hauptgericht und Gemuese die Beilage, deshalb habe ich mich zunaechst fuer das Fleisch entschieden. Das Gemuese sah allerdings auch sehr fein aus, ich haette gerne beides zusammen gegessen.				1	1										
Fleisch vom Grill esse ich besonders gern. Da wuerde ich eher auf Braten, Schmorgerichte usw. verzichten.			1						1						
Fleisch vom Grill mag ich sehr, aber nur wenig und dann lieber mehr gemuese, aber beim grillieren faellt es mir am schwersten um auf eim bisschen fleisch zu verzichten			1						1						
Fleischspeise mag ich sehr gerne			1												
Für Grillen gehört Fleisch irgendwie dazu. In der Realität hätte ich vermutlich eine Kombo von Fleisch und Gemüse gekauft. Die Gründe hierfür sind: (1) Gesundheit, (2) Tierwohl, (3) Umweltschutz, (4) Soziale Akzeptanz. Gelegentlich höre ich das Argument des Preises. Beim Essen im Supermarkt aber möchte ich bewusst nicht sparen sondern das Beste kaufen.				1				1							1
Für mich gehört zum Grillieren ein Stück Fleisch meist dazu. Ab und zu gibt es auch einen Grillkäse und natürlich auch immer etwas gemüsiges. Jedoch schneidet der Grillkäse vermutlich nicht viel besser ab was CO2 angeht.				1										1	
Geschmack			1												
Getting proteins and taste were the reasons for meat.			1	1											
Gewohnheit, Geschmack, mein Fleischkonsum ist so gering, dass ich kein schlechtes Gewissen bei dem einen Mal grillen habe(n muss)			1		1										
Gewohnheit, ich hätte mich gegenbenenfalls für Option B entschieden, wenn ich das Gefühl gehabt hätte, das Option A nicht gut schmeckt (auf Grund der Marinade, Fleischqualität, ...)			1		1										
Grillabend gehört Fleisch zum Menu				1											

grillen = Fleisch				1														
Grillieren ist ein Erlebnis, Fleisch gehört da dazu				1														
Grillzeit ist Fleischzeit. Alles andere auf dem Grill sind mögliche Beilagen.				1														
Hauptsächlich <b>geschmacklich</b> . Bevorzuge andere vegetarische optionen wie z.B. Haloumni		1																
Ich bevorzuge einen Mix aus Fleisch und Gemüse. Meist kaufe ich deutlich weniger Fleisch beim grillieren und ergänze mit Gemüse und Grillkäse. <b>Trotzdem ist Fleisch fast immer dabei</b>				1														
Ich bevorzuge Fleisch beim Grillieren, nehme aber auch gerne Vegetarisches dazu.																		
Ich bin <b>allergisch</b> auf viele Pflanzliche Produkte, und der Fleischspieß sah <b>viel besser aus</b> .	1		1															
<b>Ich esse beides gern</b>																	1	
Ich esse nicht viel Fleisch (1-2Mal pro Woche), habe teilweise <b>Eisenprobleme</b> , <b>mag</b> Fleisch und bin sonst CO2 arm (~7500km Auto/Jahr [rückläufig, im Schnitt mit einer Person], viel ÖV, kein Fliegen, &gt;7000km Rad)		1	1															
Ich esse nicht viel Fleisch, aber <b>Grillieren ist eine Sitation</b> , bei der ich eine Ausnahme mache. Viele Fleischalternativen mag ich in Gerichten mit Sauce, nicht aber eifach so wie zb. vom Grill									1									
Ich esse zu <b>gerne</b> fleisch		1																
Ich habe einfach sehr <b>gern</b> Fleisch. Am liebsten hätte ich aber beides Gekauft, und wohl wäre mir ein Mix am liebsten gewesen. <b>Ich kenne die Folgen von zu viel Fleisch konsum, und esse super gerne Gemüse, drum würde ich gerne auch ausweichen darauf.</b>		1																1
ich habe es <b>lieber</b>		1																
Ich habe gegrilltes Gemüse nicht gern																		



Sieht <b>lecker</b> aus.			1													
Sollen die Vegetarier bestimmen was ich essen soll?																
was für Fleisch? Ich gehe von <b>Bio aus</b>												1				
Was ich gerne auf dem Grill mag.																
weil Fleisch ein <b>Muss</b> auf dem Grill ist				1												
Weil ich bewusst Fleisch kaufe und daher weniger ein schlechtes Gewissen habe																
Weil ich davon ausgehe, dass ich die <b>Grillparty mit Freunden mache</b> und grundsätzlich davon ausgegangen werden kann, dass die meisten Fleisch essen wollen.											1					
Weil nicht gewusst was es für <b>beilagen</b> gibt					1											
Wenn ich <b>grilliere, dann mit Fleisch</b> . Ich ziehe Fleischspiesse Gemüsespiessen vor.				1												
Wir <b>Menschen sind seit wir auf der Erde sind nicht vegetarier sondern Fleischesser,</b>								1								
Wir sind 3 in der Familie. Zum Grillieren würde ich Gemüse und Fleisch gern haben. Wenn ich nur 1 Option hätte, dann muss ich mich dafür entscheiden, <b>was die andere Teilnehmende in der Familie gern essen würden</b> . Dann ist es klar, dass es Fleisch ist. Das war aber keine schwierige Entscheidung, nur eine logische Entscheidung.											1					
<b>Nennung</b>	<b>2</b>	<b>28</b>	<b>8</b>	<b>17</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	

## Wahl 1 - Beweggründe für Gemüsespiess

Antwort	Kategorie										
	Ernährungsform	Geschmack	Gesundheit	Information	Lust	Reduzierung	Situation	Tierwohl	Umwelt	Unsicherheit	Konflikt
aus Überzeugung (Umweltschutz, Tierwohl) ernähre ich konsequent vegetarisch								1	1		
Da ich gar kein Fleisch esse, war die Situation für mich klar.											
Da ich gar kein Fleisch esse, war die Wahl zum Gemüsespiess klar. Und ich esse kein Fleisch mehr, weil mein schlechtes Gewissen gegenüber Tier und Natur das "Feinschmecken" des Fleischessens überwiegt								1	1		
Da ich mich gesund & nachhaltig ernähren möchte			1						1		
Da ich nur selten Fleisch konsumiere, ist mir die Wahl recht einfach gefallen. Ich esse lediglich Fleisch, wenn ich extrem Lust darauf habe, aber dann muss es qualitativ hochstehendes Fleisch sein (sprich bio, aus der CH & fair).						1					
Das Gemüse hat mich in diesem Moment intensiver angelächelt! 😊							1				
Das vegi-spiessli sieht lecker aus. Beim fleisch weiss ich nicht, ob es aus einer vertrauenswürdigen zucht stammt.		1									
Der Fleischspiess war mir zu gross. Halbe halbe wäre perfekt für mich.											
Eindeutige Entscheidung											
esse nur Fleisch, wenn keine andere Option											
Fleisch gibt es nur zu besonderen Gelegenheiten, oder wenn ich ausgesprochen Lust darauf habe. Grillieren fällt unter keine der Kategorien.											

Fürs grillieren <b>verzichte</b> ich grundsätzlich darauf selber Fleisch zu kaufen, da meiner Erfahrung nach meistens genügend Fleisch mitgebracht wird, sollte ich lust darauf haben.						1				
Gemüse ist <b>gesund</b> , aber Fleisch ist massvoll gegessen auch gesund und gut.			1							
Gemüse ist <b>lecker</b> , ich könnte eher auf Fleisch als auf Gemüse verzichten		1								
Gemüespieß <b>liebe</b> ich		1								
<b>Gerade jetzt</b> würde ich Gemüse bevorzugen							1			
<b>Geschmack</b> und <b>Umwelt</b>		1							1	
<b>Gesund</b> , frisch, vegetarisch, sommerlich,			1				1			
<b>Gesunde</b> ernährung, ich <b>mag</b> gemüespieß lieber		1	1							
<b>gesünder</b> , <b>leckerer</b>		1	1							
Habe meine Entscheidung eher nach meinem <b>Geschmack</b> getroffen und nicht zwischen Fleisch/Vegi		1								
Ich bin <b>Pescetarier</b>	1									
Ich bin seit 5 Jahren <b>Vegan</b> und wollte so schnell wie möglich das Fleisch Bild nicht mehr müssen sehen!	1									
Ich bin <b>Vegetarier</b> , deshalb war die Wahl kein Problem.	1									
Ich bin <b>Vegetarier</b> , deswegen ist die Entscheidung für mich sehr einfach.	1									
Ich bin <b>Vegetarierin</b>	1									
Ich bin <b>Vegetarierin</b> und esse nie Fleisch	1									
Ich bin <b>vegi</b> und esse darum nie Fleisch.	1									
Ich esse <b>gern</b> Gemüse. Gegrilltes Gemüse sogar sehr gern.		1								
Ich esse <b>kaum noch Fleisch</b> , da es kaum Fleisch aus guten produktionsbedingungen gibt. Weder gut für die <b>Tiere</b> noch für die Qualität der Erzeugnisse.						1		1		
ich esse kein Fleisch										

Ich esse kein Fleisch											
Ich esse kein Fleisch (nur selten Fisch)											
Ich esse nie Fleisch											
Ich habe gegrilltes Gemüse extrem <b>gern</b>		1									
Ich habe <b>Laktoseintoleranz</b> - Fleischspiesse sind oft mariniert, wäre Poulet eine Option, wäre mir die Entscheidung schwerer gefallen, da ich am ehesten Poulet esse. <b>Ich würde aber eher ganz auf Fleisch verzichten, als auf Gemüse</b>			1			1					
Ich habe mich für Gemüse entschieden, weil ich Gemüse <b>liebe</b> und die Auswahl gross ist. Jedoch: Ich hätte wahrscheinlich auch noch Fisch gewählt. Dies je nach dem, ob ich Eiweiss hinzufügen möchte. Und: Ich habe keinen Grill und werde meist eingeladen :-).		1									
Ich hatte gerade Fleisch zum Mittagessen. Da hätte ich <b>Lust</b> heute abend auf einen Gemüsespiess. Ich <b>wechsle gerne ab</b> , das fühlt sich für meine Gesundheit (Magen, Darm, Körper) einfach besser an.					1		1				
Ich mag das abgebildete Fleisch nicht											
Ich mag <b>das</b> Gemüse sowieso schon ein wenig mehr als den Spiess und dann ist es noch besser für die <b>Umwelt</b> deshalb ist der Entscheid klar		1							1		
Ich <b>versuche weniger Fleisch zu essen</b> und auch beim grillen greife ich gerne auf vegetarische Alternativen zurück. Vor allem wenn sie liebevoll zubereitet sind.						1					
Ist besser!:-)											
Meine grundsätzliche Einstellung zu Ernährung. Diese basiert auf meinem persönlichen <b>Geschmack, gesundheitlichen und ökologischen</b> Gesichtspunkten.		1	1						1		
Sah besser aus, mehr <b>Lust</b> auf Gemüse und besser für die <b>Umwelt</b>					1				1		
seit mehreren Jahren <b>Vegetarierin</b> -&gt; gar keine Lust auf Fleisch	1										

Spontanes Lust Empfinden war ausschlaggebend. Immer anders.					1							
Umwelt und Nachhaltigkeit									1			
Unsicher bei der Herkunft/Qualität des Fleisches										1		
Veganer, tierwohl	1							1				
Vegetarierin	1											
Verstand über Lust												1
Weil ich nicht selten Fleisch essen möchte und ich Gemüse mir auch sehr gut schmeckt.		1										
Weil ich Vegetarier bin	1											
Wenn schon Fleisch, würde mich eher ein gutes Steak reizen, als ein Spieß in dem alles mögliche drin sein könnte (prinzipiell, was nicht heißt, dass man nicht auch mal einen Spieß oder ne Bratwurst essen kann).			1									
Zuwenig Informationen über Herkunft und Art des Fleisch				1								
<b>Nennung</b>	<b>11</b>	<b>13</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	

## Wahl 2 - Beweggründe für Fleischspiess

Antwort	Kategorie								
	Ge- schmack	Gesund- heit	Gewohn- heit	Situation	Soziale Norm	Umwelt	Unsi- cherheit	Verar- beitung	FE* nicht über- zeugt
Ähnliche Gründe wie zuvor. Für Essen zu Hause - öfters - nehme ich gerne Ersatzprodukte, für Grillieren - seltener - gerne Fleisch.				1					
Auf gefälschtem Fleisch basierende Produkte können Fleisch nicht ersetzen									1
Bis jetzt hat mich planted, ausser Gehacktes, überhaupt nicht überzeugt. Ich sehe nicht ein, wieso versucht wird etwas nachzumachen, anstatt etwas Neues zu kreieren.									1
Das Fleisch gehört ein wenig dazu. Ersatzprodukte habe ich auch schon probiert aber ist eben schon anders. Stattdessen mache ich lieber mal eine vegetarische Option von einem Essen, als ein Ersatzgrillspiess auf den Grill zu knallen			1						1
Das Fleischprodukt sah nicht wirklich appetilich aus und zum grillen gehört fleisch			1						1
Der Fleischspieß schmeckt mir sehr wahrscheinlich besser	1								
Der Geschmack ist der Hauptgrund.	1								
die Fleisch variante schmeckt besser und ist gesunder	1	1							
Die meisten planted-Produkte schmecken mir persönlich nicht. Entweder ich finde die Konsistenz zu gummig/weich oder das Gewürz ist zu künstlich. Wenn ich im Alltag ohne Fleisch koche, greife ich deswegen nie zu diesen Alternativen. Ich habe schon zu viele schlechte Erfahrungen damit gemacht									1

Die neue Option fuehrt einen ziemlich schlechten Kompro- miss ein. <b>Weder das es wirklich ein Fleischprodukt ge- schmacklich ersetzt, noch kommt es an gute Vegetarische optionen Ran.</b> Da nehm ich lieber Pilze mit Kraeuterbutter oder gefuellte Paprika, und dann den Fleischspiess statt mich fuer das schlechteste von beiden Welten zu entscheiden.										1
Dito, am besten ein Mix aus A und B										
Entweder Fleisch oder Gemüse. Ersatzprodukte sind ok. Müssen jedoch nicht wie Fleisch aussehen,										
Entweder Gemüse, Fisch oder Fleisch. Wenn ich auf Fleisch verzichte, dann wähle ich Gemüse oder Fisch. Ich würde nie auf ein Ersatzprodukt ausweichen										
<b>Ersatzprodukten sind komisch.</b> Will ich nicht.										1
Es bleibt dabei. Ich habe bisher kein Fleischersatz bekom- men, der <b>geschmacklich</b> und von der Textur her vergleichbar ist	1									
<b>Fake Fleisch ist für mich weniger gesund als "echte" fleisch.</b> Dies Zutaten sind meistens schrecklich, in vergleich zur Bio- Fleisch. Deshalb wenn ich gehe davon aus das der Grill Bio- Fleisch hat, das bestimmt Bio Fleisch/ Fleisch/ Gemüse / und wenn ich musste Fake Fleisch										1
Fertignahrung, vor allem <b>Fleischersatzprodukte haben eine bedenkliche CO2 Bilanz</b>										1
<b>Fleisch gehört zum Grillen dazu.</b> Persönliche Erfahrung, dass mir Grillspiese <b>schmecken.</b>	1		1							
Fleisch und Gemüse passt										
Fleisch v. Grill <b>schmeckt</b> gut	1									
Fleischersatz finde ich grundsätzlich lecker. Ich <b>frage mich aber jeweils ob sie wirklich ökologischer sind und wie ge- sund sie sind. Zu letzterem las ich vor kürzerem einen eher negativen Bericht. Hoffeentlich ist planted gesünder.</b>							1			
<b>Fleischersatz ist turbocringe</b>										1

Fleischersatzprodukte sind unsinnig.									1
Fleischersatzprodukte sprechen mich noch nicht wirklich an. Dann habe ich lieber etwas ohne Fleisch aber etwas frisches. Fleischersatzprodukte haben sehen nach Fastfood aus.							1		
Gegrillt wird nur mit Gästen. Da ich den Geschmack meiner Gäste kenne und diese Fleisch mögen, habe ich mich für die Fleisch-Variante entschieden.					1				
Gleich wie vorhin									
grillen = Fleisch			1						
Ich esse einfach gerne Fleisch und habe doch kein schlechtes Gewissen dabei	1								
Ich esse gerne Fleisch, vor allem vom Grill	1								
Ich esse möglichst wenig Industriell hergestellte Produkte. Deshalb keine der Planted Varianten.								1	
Ich kann mir sehr gut vorstellen tierische Ersatzprodukte zu verzehren. Ich habe selbst schon Produkte von Planted (z.B. planted Chicken) gegessen und finde es sehr lecker. Allerdings haelt mich der hohe Preis dieser Ersatzprodukte oft davon ab, sie oefter zu kaufen.							1		
Ich kenn dieses Produkt Planted nicht, und weiss nicht wie es schmeckt							1		
Ich liebe immer noch Fleisch und die wenige mals ich planted Fleisch gegessen habe, habe ich es nicht genossen	1								1
Ich mag Fleisch sehr. Wenn ich richtiges Fleisch haben kann, präferier ich es (zu planted). Meistens...	1								
Immer noch lecker.:)	1								
Immernoch die Entscheidung, weil die meisten wohl Fleisch am liebsten hätten aber ich habe schon ein schlechtes Gewissen.							1		
Lieber Fleisch als Fleisch Ersatz, ganz klar									

planted leider nicht best of both für mich :(									1
Planted meat ist nie eine Option für mich. Wenn dann vegetarisch aber nicht planted Meat => schmeckt sch*** und benötigt zu viel Energie in der Herstellung						1			1
Planted Produkte schmecken mir nicht.									1
S.o.									
There is often too much fat in the meat substitute and flavour enhancer									1
Wenn Fleisch dann richtiges									
Wenn schon Grillieren, dann gerne Fleisch. Gemüse kommt aber auch meistens noch mit dazu auf den Grill. Ersatzprodukte würde ich eher nicht wählen.									
Wenn sich die Fragestellung nicht auf Grillgut beziehen würde, wäre meine Antwort anders. In meinem Kühlschrank habe ich viele Fleischersatzprodukte. Jedoch wenn es ums grillieren geht, was nicht häufig vorkommt, bevorzuge ich Fleisch.					1				
Wie gesagt; etwas Fleisch zum Grillen gehört für mich dazu. Ich hätte den Fleischersatz dazu gekauft. Für andere Male oder Ergänzung. Da ich nicht mehr so viel Fleisch esse, habe ich auch kein schlechtes Gewissen mehr. Gutes Fleisch. Biofleisch.								1	
Wie schon geschrieben, zwischen Fleisch und Gemüse, würde ich mich dafür entscheiden, was meine Familie gern essen würde. Jetzt gibt es die 3. Option mit Plantbased-Spiessli. Das ist aber keine Option für ich. Ich bin klar gegen dieses Trend, Fleisch zu kopieren. Wenn ich etwas vegetarisch essen will, dann koche ich Gemüse, aber kein Fleischersatz. Ich weiss, viele Menschen suchen nach eine ähnliches Geschmack und Textur usw... dann sollen sie Fleisch essen. Fleisch ist auch gesund. Diese neue Varianten sind voll Getreide und Zucker und das ist gar nicht gesund. Ich möchte das Umwelt schützen, aber meine Gesundheit und		1				1			1

meiner Familie ist immer die Priorität. Ich bin der Meinung, dass ich schon viel tue, um das Umwelt zu schützen.									
Würde den Gemüsespiess dem Fleischersatz vorziehen. Aber der Fleischspiess bleibt Favorit									
<b>Nennung</b>	<b>11</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>16</b>

\* Fleischersatz

## Wahl 2 - Beweggründe für Gemüsespiess

Antwort	Kategorie									
	Aussehen	Geschmack	Gesundheit	Gewohnheit	Unsicherheit	Lust	Umwelt	Unwissen	Verarbeitung	FE* nicht überzeugt
Auch wenn der Gemüsespiess nicht gerade sehr <b>verführerisch</b> aussieht (man könnte soo viele leckere vegetarische Alternativen anbieten bzw. andere Gemüsespiesse zusammenstellen) habe ich mich eindeutig dafür entschieden, da es die gesündeste Auswahl war. <b>Planted Produkte sind ok für ab und zu... aber komplett traue ich der ganzen Sache noch nicht</b> , also ich weiss nicht wie gesund das alles ist.						1		1		
Das lächeln des Gemüses war immer noch intensiver						1				
Der vegetarische Spiess hat ein unheimliches Aussehen										1
Entweder Fleisch oder Gemüse. Ich mag keine „Ersatzprodukte“.										1
Ersatzprodukte enthalten oft viele künstliche Zusatzstoffe										1
Fleischersatzprodukte sind <b>schlechter</b> als Gemüse und helfen niemandem weiter!										1
Gemüse ist <b>lecker</b> , ich <b>brauche keine Fakeprodukte</b> ,		1								1
Gemüse <b>schmeckt</b> besser		1								
Gemüsespiess ist am schönsten zum Anschauen.	1									

Gemüsespiess ist <b>natürlicher</b> als der fleischlos Ersatz			1						
Gemüsespieße sind für mich immer wieder <b>lecker</b>		1							
Habe danach entschieden, was ich am <b>liebsten</b> esse		1							
<b>Ich bevorzuge den Gemüsespiess gegenüber dem Fleischersatzprodukt</b>									1
Ich bin bei dem Gemüsespiess geblieben, da ich diese Alternative wunderbar <b>lecker</b> finde und bei Fleisch Ersatz Produkten es immer drauf ankommt wie die Marinade ist. Hier würde ich eher einfach selbst Tofu kaufen und marinieren statt Spieße zu kaufen.		1							
Ich bin Vegetarierin und viele Fleischersatzprodukte schmecken mir nicht, trotzdem hätte ich das Produkt von Planted gerne probiert.									
Ich bleibe bei der ersten Auswahl und entscheide mich für Gemüse. <b>Die pflanzenbasierten Alternativen mag ich (noch) nicht besonders.</b> Also Fleisch oder kein Fleisch.					1				
Ich habe bisher immer Gemüse auf dem Grill gegessen und <b>mag</b> das auch sehr. Wahrscheinlich habe ich es aus <b>Gewohnheit</b> gewählt und weil es mir schmeckt		1		1					
Ich habe die Entscheidung wieder basierend auf meinem persönlichen Verständnis und Wunsch nach für mich <b>gesunder</b> Ernährung getroffen. Hierzu zählt es auf <b>industriell gefertigte Lebensmittel zu verzichten.</b>			1					1	
Ich hane gegr Gemüse extrem <b>gern</b> , aber hätte das <b>Produkt v Plated gerne ausprobiert</b>		1			1				
<b>Ich kenne die Spiesse von Planted nicht, doch wenn ich sie kennen würde und lecker finden würde wären sie durchaus eine Option</b>					1				
Immerno die beste Variante									
Ist Planted Meat mit <b>Soja</b> , denn dann kann ich das nicht essen			1						
kein Nachahmen von Geschmack natürlicher Lebensmittel, <b>stark verarbeiteten Lebensmittel</b>								1	

Planted auch gut, aber der Gemüsespiess auf dem Bild sieht schon richtig gut aus.						1				
Planted mag ich nicht										1
Sah frischer aus und mehr lust auf gemüse							1			
Siehe erste Antwort										
Unsicher über Geschmack von Planted based meat, mehr Infos wären nützlich oder Konsumentenmeinungen									1	
Vegifleischspiess ist nicht mein Ding. Wie vorher, der Fleischspiess ist mir zu viel Fleisch, also nehme ich den Veggspiess.										
Wenn ich Fleisch essen möchte, esse ich Fleisch. Wenn ich Gemüse essen will, esse ich Gemüse.							1			
Wieder die Selbe.				1					1	
Will mich gesund & nachhaltig ernähren.										
<b>Nennung</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>7</b>

\* Fleischersatz

## Wahl 2 - Beweggründe für Fleischersatz

Antwort	Kategorie									
	Erfahrung	Geschmack	Gesundheit	Gewohnheit	Kompromiss	Lust	Neugier	Preis	Situation	Umwelt
Aufgrund des <b>Geschmackes</b> habe ich mich für das Fleischersatzprodukt und gegen das Gemüse entschieden		1								
Aus <b>neugier</b> hätte ich den plant-spiess probiert.							1			
Bin immer für was <b>Neues</b> zu haben. Neugierig ob das schmeckt. Wenn nicht, war es das erste und letzte Mal.							1			
<b>Da ich beim Grillieren Fast immer eine Fleischalternative esse</b> , jedoch auch Gemüse dazu essen möchte, kommt es für mich draufan, ob ich nebst dem Planted Spiessli noch Beilagen haben würde oder nicht. Ohne Beilagen würde ich mich der Ausgewogenheit der Ernährung wahrscheinlich für den Gemüsespiess entscheiden.				1						
Da ich heute schon Fleisch hatte , <b>hätte ich gerne eine Vegi-Option zum Nachtessen</b> . Ich wechsle gerne ab. Gemüsespieße sind ok, aber die Plant-based Variante kannte ich noch nicht und würde ich <b>gerne ausprobieren</b> . Zudem habe ich das Gefühl, es wäre <b>nahrhafter</b> (Proteine und so), das Plant-based Produkt zu wählen. Denn ich möchte zuseit nicht Abnehmen, sondern eher Zunehmen.			1				1		1	
<b>Das ist top, mit einem guten Gewissen kann ich ein fleischähnliches Produkt geniessen.</b>					1					
<b>Der Ersatz wäre ein Kompromiss zu dem was ich sonste (Fleisch) gweählt hätte.</b> Weil der Geschmack von Fleisch vorhanden ist. Gebe es kein Fleisch würde ich nur mit Ersatzprodukzen klarkommen.					1					

Die Entscheidung zwischen Fleischersatzprodukten und Gemüse fürs grillen hängt davon ab, worauf ich an diesem Tag mehr <b>lust</b> habe. Jedenfalls ziehe ich Fleischersätze jederzeit dem Fleisch fürs grillen vor.			1							1
<b>Fitness und Umwelt</b>										
Fleisch Ersatz Produkte haben mehr <b>Proteine</b> und häufig zusätzliche <b>Vitamine</b> die man als Vegetarier braucht			1							
<b>Fleischersatzprodukte lösen das Problem, dass Fleisch zum Grillen gehört, ohne die damit verbundenen Nachteile.</b> Allerdings für den 1. Kauf eines Fleischersatzspießes muss ich entweder die Marke kennen oder eine Empfehlung erhalten habe.					1					
Gemüse empfinde ich als Beilage, wenn ich ein Vegiplätzli für den Grill habe, bevorzuge ich das										
<b>gesünder</b> und <b>leckerer</b> als fleisch, aber mehr protein als gemüsespiess		1	1							
<b>Gute Alternative</b>					1					
<b>Gute Erfahrungen</b> mit Planted Chikken, Fleischkonsum,	1									
ich bin bereit, die alternative zu <b>testen</b> , obwohl ich weiterhin zu Fleisch tendiere beim Grillen							1			
Ich bin offen gegenüber Fleischersatzprodukten und <b>probiere gerne mal was neues aus.</b>							1			
Ich bin sehr <b>interessiert an der geschmacklichen Qualität</b> des veganen Grilliergutes.		1								
Ich entscheide mich, wo möglich, gegen Fleisch, solange die andere Option mindestens genauso ansprechend ist. Ausserdem versuche ich der <b>Umwelt</b> zu Liebe, mich nachhaltig zu ernähren.										1
Ich fand es schade, dass ich nicht Gemüse und das Planted konnte aussuchen. Wenns hart auf hart kommt will ich schlussendlich schon lieber Gemüses aber beides wäre OPTIMAL. Aber ja planted is schon super <b>lecker</b> darum habe ich bin dieses mal für das entschieden.		1								

Ich finde Fleischersatzprodukte eine <b>super alternative</b> , die ich jederzeit bevorzugen würde					1				
Ich habe bereits Produkte von Planted in der Vergangenheit gegessen und fand diesd immef <b>super</b> .		1							
Ich habe die Planted Spiesse noch <b>nie probiert</b> .							1		
ich kenne planeted und nehme es oft und <b>gerne</b> als Fleischalternative		1							
Ich kenne planted bereits und finde den <b>Geschmack</b> spannender als den vom Gemüsespiess. Er hat irgendwie „mehr“ dran.		1							
Ich liebe plant based meat, aber nicht jedes ist gut, wenn es plant based meat gibt welches gemäss vieler Rezensionen gut <b>schmeckt</b> würde ich das nehmen		1							
Ich mag Fleisch, möchte aber aus versch. Gründen möglichst vermeiden, welches zu essen. <b>Die planted Option bietet eine Alternative (Lustbefriedigung UND kein Fleisch essen)</b>					1				
Ich nehme zum Grillieren immer gerne neben Gemüse auch einen Fleischersatz, um nicht „nur“ Gemüse und Salat beim Grillen zu haben. Gemüse (Spieß) ist aber immer dabei.									
<b>Ich probiere gerne neue Gerichte</b> . Wenn der Grillspiess (vegetarisch) schmeckt, dann würde ich den vielleicht wieder wählen. Nicht für jedes mal grillieren aber sicher ab und zu.							1		
<b>ich probiere gerne neues</b>							1		
Ich würde das Produkt gerne <b>ausprobieren</b>							1		
Ich würde es <b>ausprobieren</b> um zu sehen, ob es mir schmeckt.							1		
<b>Mag</b> halt sowohl die Fleischersatzprodukte als auch Gemüse-spise		1							
Meine Wahl war nun zwischen den beiden vegetarischen Optionen. Gemüse esse ich so schon viel weshalb ich die Planted-Variante für einen Grillabend als willkommene <b>Abwechslung</b> betrachte.							1		
Mir <b>schmecken</b> die planted Produkte		1							

Mor ist bewisst, dass Fleischkonsum nicht besonders gut für die <b>Umwelt</b> ist. Aus diesem Grund probiere ich gerne neue Ersatzprodukte aus					1					1
Neues <b>ausprobieren</b> , evt vergleichen mit anderen Produkten							1			
Neugier, vegane Grilloption ausprobieren										
<b>Neugierde</b> - werde aber Zutatenliste genau studieren und mich allenfalls doch fürs Fleisch entscheiden							1			
Oft spielt bei Fleischersatz-Produkten der <b>Preis</b> für mich eine Rolle. Wenn sie reduziert sind probiere ich sie gerne aus. Jedoch habe ich auch schon negative Erfahrungen gemacht und finde das Risiko teilweise gross, da zB gerade Planted fast gleich teuer ist wie Rindsfilet auf 100gr								1		
<b>ökologischer</b> und nachhaltiger										1
Planted ist eine super Sache. Es ist aber noch nicht so, dass Planted Fleisch komplett ersetzt. Für mich muss es nicht gelbt haben, dass ich es als Fleisch anerkenne. Ich gehe oft für Planted, wenn es die Option gibt.										
<b>probieren</b> geht über studieren							1			
Verarbeitete Lebensmittel oder naturbelassen										
Vernünftig kein Fleisch wählen, aber Gemüse lieber als Beilage										
Wenn Fleischersatz ähnliche <b>Nährwerte</b> und <b>Geschmack</b> hat, bevorzuge ich diesen. Sehe <b>keine Nachteile</b>		1	1		1					
Wenn schon kein Fleisch dann nicht Gemüse als Ersatz. Deshalb Fleischersatz un Gemüse als Beilage.										
<b>Nennung</b>	<b>1</b>	<b>11</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>13</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>4</b>

## C13 - gepaarter t-Test Ziele

### Ziele Tierwohl, Gesundheit, Umwelt, Geschmack

#### Statistik bei gepaarten Stichproben

		Mittelwert	N	Std.-Abweichung	Standardfehler des Mittelwertes
Paaren 1	Tierwohl_Skala	4,2528	120	,67397	,06153
	Umwelt_Skala	3,8063	120	,96224	,08784
Paaren 2	Tierwohl_Skala	4,2528	120	,67397	,06153
	Gesundheit_Skala	4,4375	120	,52983	,04837
Paaren 3	Tierwohl_Skala	4,2528	120	,67397	,06153
	Fleisch.Dim_Skala	3,9979	120	,81639	,07453
Paaren 4	Gesundheit_Skala	4,4375	120	,52983	,04837
	Umwelt_Skala	3,8063	120	,96224	,08784
Paaren 5	Gesundheit_Skala	4,4375	120	,52983	,04837
	Fleisch.Dim_Skala	3,9979	120	,81639	,07453
Paaren 6	Umwelt_Skala	3,8063	120	,96224	,08784
	Fleisch.Dim_Skala	3,9979	120	,81639	,07453

#### Korrelationen bei gepaarten Stichproben

		N	Korrelation	Signifikanz	
				Einseitiges p	Zweiseitiges p
Paaren 1	Tierwohl_Skala & Umwelt_Skala	120	,087	,173	,345
Paaren 2	Tierwohl_Skala & Gesundheit_Skala	120	,085	,179	,357
Paaren 3	Tierwohl_Skala & Fleisch.Dim_Skala	120	-,098	,143	,285
Paaren 4	Gesundheit_Skala & Umwelt_Skala	120	,111	,114	,227
Paaren 5	Gesundheit_Skala & Fleisch.Dim_Skala	120	,070	,223	,447
Paaren 6	Umwelt_Skala & Fleisch.Dim_Skala	120	-,184	,022	,045

#### Test bei gepaarten Stichproben

Mittelwert	Std.-Abweichung	Gepaarte Differenzen				T	df	Signifikanz	
		Standardfehler des Mittelwertes	95% Konfidenzintervall der Differenz		Einseitiges p			Zweiseitiges p	
			Unterer Wert	Oberer Wert					

Paaren 1	Tierwohl_Skala - Umwelt_Skala	,44653	1,12577	,10277	,24304	,65002	4,345	119	<,001	<,001
Paaren 2	Tierwohl_Skala - Gesundheit_Skala	-,18472	,82121	,07497	-,33316	-,03628	-2,464	119	,008	,015
Paaren 3	Tierwohl_Skala - Fleisch.Dim_Skala	,25486	1,10856	,10120	,05448	,45524	2,518	119	,007	,013
Paaren 4	Gesundheit_Skala - Umwelt_Skala	,63125	1,04568	,09546	,44224	,82026	6,613	119	<,001	<,001
Paaren 5	Gesundheit_Skala - Fleisch.Dim_Skala	,43958	,94157	,08595	,26939	,60978	5,114	119	<,001	<,001
Paaren 6	Umwelt_Skala - Fleisch.Dim_Skala	-,19167	1,37150	,12520	-,43958	,05624	-1,531	119	,064	,128

## C14 - t-Tests Ernährungsform

### Ernährungsform - Zielkonflikt Gesundheit, Geschmack

Gruppenstatistiken						
Welche der folgenden Ernährungsformen trifft auf Sie? - Selected Choice		N	Mittelwert	Std.-Abweichung	Standardfehler des Mittelwertes	
VC_Gesundheit.Geschmack.Dim.umgewandelt	Omnivor (Konsum von tierischen, z.B. Fleisch sowie pflanzlichen Produkten)	64	,7923	,14314	,01789	
	Flexitarier (Verzehr von tierischen Produkten, jedoch teilweise	55	,6871	,19243	,02595	

bewusster Verzicht auf Fleisch)				
---------------------------------	--	--	--	--

### Test bei unabhängigen Stichproben

		Levene-Test der Varianzgleichheit		t-Test für die Mittelwertgleichheit							
		F	Sig.	T	df	Signifikanz Ein-seitiges p	Signifikanz Zwei-seitiges p	Mittlere Differenz	Differenz für Standardfehler	95% Konfidenzintervall der Differenz	
										Unterer Wert	Oberer Wert
VC_Gesundheit.Geschmack.Dim.umgewandelt	Varianzen sind gleich	3,712	,056	3,412	117	<,001	<,001	,10520	,03083	,04413	,16626
	Varianzen sind nicht gleich			3,338	98,478	<,001	,001	,10520	,03152	,04265	,16774

### Ernährungsform - Zielkonflikt Umwelt, Geschmack

#### Gruppenstatistiken

Welche der folgenden Ernährungsformen trifft auf Sie? - Selected Choice	N	Mittelwert	Std.-Abweichung	Standardfehler des Mittelwertes
Omnivor (Konsum von tierischen, z.B. Fleisch sowie pflanzlichen Produkten)	64	,6143	,21083	,02635
Flexitarier (Verzehr von tierischen Produkten, jedoch teilweise bewusster Verzicht auf Fleisch)	55	,6636	,19611	,02644

### Test bei unabhängigen Stichproben

		Levene-Test der Varianzgleichheit		t-Test für die Mittelwertgleichheit							
		F	Sig.	T	df	Signifikanz Ein-seitiges p	Signifikanz Zwei-seitiges p	Mittlere Differenz	Differenz für Standardfehler	95% Konfidenzintervall der Differenz	
										Unterer Wert	Oberer Wert

VC_Umwelt.Geschmack.Di	Varianzen sind gleich	,558	,456	- 1,315	117	,095	,191	- ,04938	,03754	- ,12372	,02497
m.umgewandelt	Varianzen sind nicht gleich			- 1,323	116,246	,094	,189	- ,04938	,03733	- ,12332	,02456

## Ernährungsform - Zielkonflikt Tierwohl, Geschmack

### Gruppenstatistiken

	Welche der folgenden Ernährungsformen trifft auf Sie? - Selected Choice	N	Mittelwert	Std.-Abweichung	Standardfehler des Mittelwertes
VC_Tier.Geschmack.Dim.umgewandelt	Omnivor (Konsum von tierischen, z.B. Fleisch sowie pflanzlichen Produkten)	64	,7334	,15675	,01959
	Flexitarier (Verzehr von tierischen Produkten, jedoch teilweise bewusster Verzicht auf Fleisch)	55	,6686	,18346	,02474

### Test bei unabhängigen Stichproben

		Levene-Test der Varianzgleichheit		t-Test für die Mittelwertgleichheit							
		F	Sig.	T	df	Signifikanz Einseitiges p	Signifikanz Zweiseitiges p	Mittlere Differenz	Differenz für Standardfehler	95% Konfidenzintervall der Differenz Unterer Wert	Oberer Wert
VC_Tier.Geschmack.Di	Varianzen sind gleich	,754	,387	2,079	117	,020	,040	,06484	,03118	,00308	,12660
m.umgewandelt	Varianzen sind nicht gleich			2,055	106,932	,021	,042	,06484	,03156	,00228	,12740

## Ernährungsform - Wahrscheinlichkeit Fleischersatz

### Gruppenstatistiken

Welche der folgenden Ernährungsformen trifft auf Sie? - Selected Choice	N	Mittelwert	Std.-Abweichung	Standardfehler des Mittelwertes
---	---	------------	-----------------	---------------------------------

Fleischersatzprodukt	Omnivor (Konsum von tierischen, z.B. Fleisch sowie pflanzlichen Produkten)	64	2,30	1,281	,160
	Flexitarier (Verzehr von tierischen Produkten, jedoch teilweise bewusster Verzicht auf Fleisch)	55	3,33	1,466	,198

### Test bei unabhängigen Stichproben

		Levene-Test der Varianzgleichheit		t-Test für die Mittelwertgleichheit							
		F	Sig.	T	df	Signifikanz Einseitiges p	Signifikanz Zweiseitiges p	Mittlere Differenz	Differenz für Standardfehler	95% Konfidenzintervall der Differenz Unterer Wert	Oberer Wert
Fleischersatzprodukt	Varianzen sind gleich	1,218	,272	-4,092	117	<,001	<,001	-1,030	,252	-1,529	-,532
	Varianzen sind nicht gleich			-4,050	108,171	<,001	<,001	-1,030	,254	-1,535	-,526

### Ernährungsform - Kaufintention Fleischersatz

		Welche der folgenden Ernährungsformen trifft auf Sie? - Selected Choice	N	Mittelwert	Std.-Abweichung	Standardfehler des Mittelwertes
PBMA Skala Intention	Omnivor (Konsum von tierischen, z.B. Fleisch sowie pflanzlichen Produkten)		64	2,9479	1,35201	,16900
	Flexitarier (Verzehr von tierischen Produkten, jedoch teilweise bewusster Verzicht auf Fleisch)		55	3,9455	1,33759	,18036

### Test bei unabhängigen Stichproben

		Levene-Test der Varianzgleichheit		t-Test für die Mittelwertgleichheit				
		F	Sig.	T	df	Signifikanz	Mittlere Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz

					Ein- seitiges p	Zwei- seitiges p	Diffe- renz	Stan- dard- fehler	Unte- rer Wert	Oberer Wert	
PBMA_S kala_In- tention	Varianzen sind gleich	,362	,549	- 4,03 3	117	<,001	<,001	- ,99754	,24737	- 1,4874 4	- ,50764
	Varianzen sind nicht gleich			- 4,03 6	114, 678	<,001	<,001	- ,99754	,24717	- 1,4871 4	- ,50793

## C15 - t-Tests Geschlecht

### Geschlecht - Zielkonflikt Gesundheit, Geschmack

#### Gruppenstatistiken

	Bitte wählen Sie Ihr Geschlecht aus.	N	Mittelwert	Std.-Abweichung	Standardfehler des Mittelwertes
VC_Gesundheit.Geschmack.Dim.umgewandelt	Weiblich	58	,6749	,18320	,02406
	Männlich	60	,8066	,13942	,01800

#### Test bei unabhängigen Stichproben

		Levene-Test der Varianzgleichheit		t-Test für die Mittelwertgleichheit							
		F	Sig.	T	df	Signifikanz Einseitiges p	Signifikanz Zweiseitiges p	Mittlere Differenz	Differenz für Standardfehler	95% Konfidenzintervall der Differenz Unterer Wert	Oberer Wert
VC Gesundheit.Geschmack.Di	Varianzen sind gleich	2,460	,119	-4,403	116	<,001	<,001	-,13167	,02991	-,19090	-,07243
	Varianzen sind nicht gleich			-4,383	106,451	<,001	<,001	-,13167	,03004	-,19123	-,07211

### Geschlecht - Zielkonflikt Umwelt, Geschmack

#### Gruppenstatistiken

	Bitte wählen Sie Ihr Geschlecht aus.	N	Mittelwert	Std.-Abweichung	Standardfehler des Mittelwertes
	Weiblich	58	,6300	,17735	,02329

VC_Umwelt.Ge- schmack.Dim.umge- wandelt	Männlich	60	,6573	,21828	,02818
---	----------	----	-------	--------	--------

### Test bei unabhängigen Stichproben

		Levene-Test der Varianz- gleichheit		t-Test für die Mittelwertgleichheit							
		F	Sig.	T	df	Signifikanz Ein- seitiges p	Signifikanz Zwei- seitiges p	Mitt- lere Diffe- renz	Diffe- renz für Stan- dard- fehler	95% Kon- fidenzintervall der Differenz	
										Unte- rer Wert	Obe- rer Wert
VC_Umwelt.Ge- schmack.Di m.umge- wandelt	Varianzen sind gleich	2,491	,117	- ,74 3	116	,229	,459	- ,0272 6	,0366 8	- ,0999 2	,0454 0
	Varianzen sind nicht gleich			- ,74 6	112 6	,229 ,69	,457	- ,0272 6	,0365 6	- ,0996 9	,0451 6

### Geschlecht - Zielkonflikt Tierwohl, Geschmack

#### Gruppenstatistiken

		Bitte wählen Sie Ihr Geschlecht aus.	N	Mittel- wert	Std.-Abwei- chung	Standardfeh- ler des Mit- telwertes
VC Tier.Ge- schmack.Dim.umge- wandelt	Weiblich		58	,6680	,17272	,02268
	Männlich		60	,7376	,16277	,02101

### Test bei unabhängigen Stichproben

		Levene-Test der Varianz- gleichheit		t-Test für die Mittelwertgleichheit							
		F	Sig.	T	df	Signifikanz Ein- seitiges p	Signifikanz Zwei- seitiges p	Mitt- lere Diffe- renz	Diffe- renz für Stan- dard- fehler	95% Kon- fidenzintervall der Differenz	
										Unte- rer Wert	Obe- rer Wert
VC Tier.G eschmack. Dim.umge- wandelt	Varianzen sind gleich	,013	,911	- 2,2 54	116	,013	,026	- ,0696 3	,0308 9	- ,1308 1	- ,0084 6
	Varianzen sind nicht gleich			- 2,2 52	114 7	,013 ,99	,026	- ,0696 3	,0309 2	- ,1308 7	- ,0083 9

## Geschlecht - Kaufintention Fleischersatzprodukt

### Gruppenstatistiken

	Bitte wählen Sie Ihr Geschlecht aus.	N	Mittelwert	Std.-Abweichung	Standardfehler des Mittelwertes
PBMA_Skala_Intention	Weiblich	58	3,6667	1,36940	,17981
	Männlich	60	3,2333	1,45659	,18805

### Test bei unabhängigen Stichproben

		Levene-Test der Varianzgleichheit		t-Test für die Mittelwertgleichheit							
		F	Sig.	T	df	Signifikanz Einseitiges p	Signifikanz Zweiseitiges p	Mittlere Differenz	Differenz für Standardfehler	95% Konfidenzintervall der Differenz	
										Unterer Wert	Oberer Wert
PBMA_Skala_Intention	Varianzen sind gleich	,951	,332	1,664	116	,049	,099	,43333	,26045	- ,08253	,94919
	Varianzen sind nicht gleich			1,666	115,912	,049	,099	,43333	,26018	- ,08199	,94865

## Geschlecht - Geschmacksziel

### Gruppenstatistiken

	Bitte wählen Sie Ihr Geschlecht aus.	N	Mittelwert	Std.-Abweichung	Standardfehler des Mittelwertes
Fleisch.Dim_Skala	Weiblich	58	3,6164	,79225	,10403
	Männlich	60	4,3792	,63194	,08158

### Test bei unabhängigen Stichproben

		Levene-Test der Varianzgleichheit		t-Test für die Mittelwertgleichheit							
		F	Sig.	T	df	Signifikanz Einseitiges p	Signifikanz Zweiseitiges p	Mittlere Differenz	Differenz für Standardfehler	95% Konfidenzintervall der Differenz	
										Unterer Wert	Oberer Wert
Fleisch.Dim_Skala	Varianzen sind gleich	1,097	,297	- 5,792	116	<,001	<,001	- ,76279	,13170	- 1,02364	,50194
	Varianzen sind nicht gleich			- 5,770	108,884	<,001	<,001	- ,76279	,13220	- 1,02481	,50076

## C16 - t-Test erlebter Zielkonflikt

### Erlebter Zielkonflikt 1 - Erlebter Zielkonflikt 2

#### Statistik bei gepaarten Stichproben

Paaren 1		Mittelwert	N	Std.-Abweichung	Standardfehler des Mittelwertes
		VC1 Skala erlebt	1,9306	120	,84338
	VC2 Skala erlebt	1,9056	120	,91127	,08319

#### Korrelationen bei gepaarten Stichproben

Paaren 1	VC1 Skala erlebt & VC2 Skala erlebt	N	Korrelation	Signifikanz	
				Einseitiges p	Zweiseitiges p
		120	,618	<,001	<,001

#### Test bei gepaarten Stichproben

Paaren 1	VC1 Skala erlebt - VC2 Skala erlebt	Gepaarte Differenzen					Signifikanz			
		Mittelwert	Std.-Abweichung	Standardfehler des Mittelwertes	95% Konfidenzintervall der Differenz		T	df	Einseitiges p	Zweiseitiges p
					Unterer Wert	Oberer Wert				
		,02500	,76899	,07020	-,11400	,16400	,356	119	,361	,722

## C17 - t-Tests Ziele

### Ziel Gesundheit, Tierwohl, Umwelt - Flexitarier, Omnivor

#### Gruppenstatistiken

Welche der folgenden Ernährungsformen trifft auf Sie? - Selected Choice		N	Mittelwert	Std.-Abweichung	Standardfehler des Mittelwertes
VEMI_Skala	Omnivor (Konsum von tierischen, z.B. Fleisch sowie pflanzlichen Produkten)	64	3,9944	,41714	,05214
	Flexitarier (Verzehr von tierischen Produkten, jedoch teilweise bewusster Verzicht auf Fleisch)	55	4,3922	,42233	,05695

#### Test bei unabhängigen Stichproben

		Levene-Test der Varianzgleichheit		t-Test für die Mittelwertgleichheit							
		F	Sig.	T	df	Signifikanz Einseitiges p	Signifikanz Zweiseitiges p	Mittlere Differenz	Differenz für Standardfehler	95% Konfidenzintervall der Differenz	
										Unterer Wert	Oberer Wert
VEMI_Skala	Varianzen sind gleich	,625	,431	-5,157	117	<,001	<,001	-,39779	-,07714	-,55056	-,24502
	Varianzen sind nicht gleich			-5,152	113,887	<,001	<,001	-,39779	-,07721	-,55075	-,24483

### Ziel Geschmack - Flexitarier, Omnivor

#### Gruppenstatistiken

Welche der folgenden Ernährungsformen trifft auf Sie? - Selected Choice		N	Mittelwert	Std.-Abweichung	Standardfehler des Mittelwertes
Fleisch.Dim_Skala	Omnivor (Konsum von tierischen, z.B. Fleisch sowie pflanzlichen Produkten)	64	4,3086	,66479	,08310
	Flexitarier (Verzehr von tierischen Produkten, jedoch teilweise bewusster Verzicht auf Fleisch)	55	3,6500	,83970	,11322

### Test bei unabhängigen Stichproben

		Levene-Test der Varianzgleichheit		t-Test für die Mittelwertgleichheit							
		F	Sig.	T	df	Signifikanz		Mittlere Differenz	Differenz für Standardfehler	95% Konfidenzintervall der Differenz	
						Einseitiges p	Zweiseitiges p			Unterer Wert	Oberer Wert
Fleisch. Dim_Sk ala	Varianzen sind gleich	1,620	,206	4,772	117	<,001	<,001	,65859	,13801	,38527	,93192
	Varianzen sind nicht gleich			4,689	102,381	<,001	<,001	,65859	,14045	,38003	,93716

## 10 Selbstständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass die Qualifikationsarbeit von mir selbst ohne unerlaubte Beihilfe und unter Angabe aller relevanten Quellen verfasst wurde.

Zürich, 16. Juni 2022

