



**GfK-Lehrstuhl für Marketing Intelligence**  
Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer



**FRIEDRICH-ALEXANDER  
UNIVERSITÄT  
ERLANGEN-NÜRNBERG**

**FACHBEREICH WIRTSCHAFTS-  
WISSENSCHAFTEN**

---

**Richtlinien**  
**zur formalen Gestaltung von**  
**wissenschaftlichen Arbeiten am**  
**GfK-Lehrstuhl für Marketing Intelligence**

**Stand 2015**

## **Inhaltsverzeichnis**

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. Anzahl der einzureichenden Exemplare.....</b>                     | <b>1</b>  |
| <b>2. Umfang der Arbeit .....</b>                                       | <b>1</b>  |
| <b>3. Randbreite .....</b>  | <b>1</b>  |
| <b>4. Schrift, Zeilenabstand .....</b>                                  | <b>1</b>  |
| <b>5. Inhaltsverzeichnis bzw. Gliederung .....</b>                      | <b>2</b>  |
| <b>6. Abbildungen, Tabellen und die zugehörigen Verzeichnisse .....</b> | <b>2</b>  |
| <b>7. Abkürzungen und Abkürzungsverzeichnis.....</b>                    | <b>4</b>  |
| <b>8. Zitierweise .....</b>   | <b>4</b>  |
| 8.1 Inhaltliche Zitate.....   | 4         |
| 8.2 Wörtliche Zitate.....   | 6         |
| 8.3 Zitierweise von Internetquellen.....                                | 6         |
| 8.4 Querverweise innerhalb der Arbeit.....                              | 7         |
| <b>9. Anhang .....</b>  | <b>7</b>  |
| <b>10. Literaturverzeichnis .....</b>                                   | <b>8</b>  |
| <b>11. Eidesstattliche Erklärung .....</b>                              | <b>9</b>  |
| <b>12. Weiterführende Literatur .....</b>                               | <b>10</b> |
| <b>13. Beispiele .....</b>  | <b>11</b> |
| 13.1 Deckblatt.....   | 11        |
| 13.2 Gliederung .....   | 12        |
| 13.3 Literaturtabelle.....  | 13        |

## **1. Anzahl der einzureichenden Exemplare**

Seminararbeiten sind in doppelter schriftlicher Ausfertigung im Sekretariat abzugeben. Bachelorarbeiten und Diplomarbeiten sind in doppelter schriftlicher Ausfertigung beim Prüfungsamt abzugeben. Zusätzlich ist von allen schriftlichen Arbeiten eine einfache Ausfertigung als Word- und Pdf-Datei auf CD-Rom beizufügen. Die CD-Rom muss die gesamte Arbeit als eine einzige, vollständige Datei (Deckblatt, Verzeichnisse, Text und Anhang) enthalten.

## **2. Umfang der Arbeit**

Folgende Länge wird empfohlen:

Bachelorarbeit: 30 Seiten (+/- 10%)

Seminararbeit: 15 Seiten (+/- 10%)

Diplom-/Masterarbeit: 80 - 100 Seiten

## **3. Randbreite**

Oben: 2,5 cm

Unten: 2 cm

Links: 2,5 cm

Rechts: 2,5 cm

## **4. Schrift, Zeilenabstand**

Die Arbeit sollte im Schrifttyp „Times New Roman“ verfasst werden. Die Schriftgröße im Text, Inhaltsverzeichnis, Literaturverzeichnis etc. muss 12 Punkte betragen. Eine Ausnahme hiervon sind Fußnoten, für die eine Schriftgröße von 10 Punkten zu verwenden ist. In Abbildungen und Tabellen muss die Schriftgröße mindestens 10 Punkte betragen. Die Arbeit (Text, Inhaltsverzeichnis, Literaturverzeichnis etc.) ist in 1,5 zeiligem Abstand zu schreiben. Bei Fußnoten, Tabellen und Abbildungen sollte einzelzeiliger Abstand verwendet werden. Der Text muss als Blocksatz dargestellt und die Silbentrennung aktiviert sein. Vor Absätzen ist eine Leerzeile einzufügen. Seitenzahlen sind am Seitenende zentriert einzufügen.

## 5. Inhaltsverzeichnis bzw. Gliederung

Die Gliederung muss in arabischer Nummerierung nach dem Abstufungsprinzip erfolgen. Hierbei sollte beachtet werden, dass jede Untergliederung mindestens zwei Gliederungspunkte aufweist.

Die Seiten des Inhalts-, Abbildungs-, Tabellen- und Abkürzungsverzeichnisses sollten fortlaufend in römischen Zahlen beginnend mit I nummeriert werden. Der eigentliche Text soll mit arabischen Zahlen nummeriert werden, der Anhang und das Literaturverzeichnis wieder mit römischen Zahlen (Seitennummerierung des ersten römischen Teils fortsetzen).

Die Hauptkapitelüberschriften sowie die jeweiligen Verzeichnisse sind hervorzuheben. Innerhalb des Textes muss darauf geachtet werden, dass alle Hauptkapitelüberschriften auf einer neuen Seite beginnen.

Ein beispielhaftes Inhaltsverzeichnis finden Sie am Ende des Leitfadens (S. 11).

*Anmerkung:* Eine eidesstattliche Erklärung ist in allen wissenschaftlichen Arbeiten (Seminar-, Bachelor-, Diplom- und Masterarbeit) erforderlich. Sie wird nicht im Inhaltsverzeichnis aufgeführt und ohne Seitenzahlennummerierung nach dem Literaturverzeichnis eingefügt.

## 6. Abbildungen, Tabellen und die zugehörigen Verzeichnisse

Abbildungen und Tabellen müssen nummeriert sein und einen Titel tragen. Die Abbildungs- und Tabellenbezeichnungen stehen jeweils unterhalb der Abbildung bzw. der Tabelle. Die Nummerierung kann entweder durchgängig erfolgen oder sich auf das Kapitel beziehen.

### **Beispiel:**

Abbildung 12: Überblick über verhaltenswissenschaftliche Theorien

### **Oder:**

Abbildung 3-1: Überblick über verhaltenswissenschaftliche Theorien

Bei der unveränderten Übernahme von Abbildungen und Tabellen ist die Quelle mit dem Zusatz „vgl.“ zu nennen.

**Beispiel:**

Abbildung 12: Überblick der für die Marktforschungspraxis wichtigsten Clustermethoden (vgl. Homburg/Krohmer 2006, S. 374)

Bei der durch den Verfasser veränderten Übernahme von Abbildungen und Tabellen ist die ursprüngliche Quelle mit dem Zusatz „in Anlehnung an“ zu nennen.

**Beispiel:**

Abbildung 12: Überblick der für die Marktforschungspraxis wichtigsten Clustermethoden (in Anlehnung an Homburg/Krohmer 2006, S. 374)

Bei vom Verfasser komplett selbst entwickelten Abbildungen ist der Zusatz „eigene Darstellung“ anzufügen.

**Beispiel:**

Abbildung 5: Strukturierung der Literatur zu Product Placements (eigene Darstellung)

Geht eine Tabelle über eine Seite hinaus, sind die Spaltenüberschriften auf jeder Folgeseite ebenfalls aufzuführen.

Generell ist bei Verwendung von Abbildungen und Tabellen auf die grafische Qualität zu achten. Abbildungen und Tabellen sind in den Text zu integrieren, wenn sie einen Bezug zum Text haben. Umfangreiche Darstellungen wie Fragebögen, Gesetzestexte, Literaturtabellen etc. sind in den Anhang zu stellen. Alle Abbildungen und Tabellen im Text zählen zum Seitenumfang dazu.

Alle Abbildungen und Tabellen, im Fließtext sowie im Anhang, sind in das Abbildungs- bzw. Tabellenverzeichnis aufzunehmen. Im Abbildungs- und Tabellenverzeichnis werden keine Quellen aufgeführt.

**Beispiel für Aufführung im Abbildungsverzeichnis:**

Abbildung 3: Absatzverlauf gemäß des Lebenszyklusmodells..... 3

### **Beispiel für dieselbe Abbildungsunterschrift in der Arbeit:**

Abbildung 3: Absatzverlauf gemäß des Lebenszyklusmodells (in Anlehnung an Homburg 2000, S. 83)

## **7. Abkürzungen und Abkürzungsverzeichnis**

Im Text wird ein abzukürzender Ausdruck bei der erstmaligen Nennung ausgeschrieben und mit einer Abkürzung in nachfolgender Klammer ergänzt. Im weiteren Text kann dann die Abkürzung alleinstehend verwendet werden. Die Abkürzungen sind in alphabetischer Reihenfolge in das Abkürzungsverzeichnis aufzunehmen.

Gängige Abkürzungen (wie z.B., d.h., bzw., usw.) müssen nicht ausgeschrieben und nicht ins Abkürzungsverzeichnis aufgenommen werden.

## **8. Zitierweise**

Jedes Zitat muss nachprüfbar sein, fremdes Gedankengut ist als solches kenntlich zu machen. Für Quellenangaben im Text werden keine Fußnoten verwendet. Bei Zitaten wird zwischen wörtlichen und inhaltlichen Zitaten unterschieden. Wörtliche Zitate sowie inhaltliche Zitate verweisen auf die Quelle unter Angabe von Autor(en), Jahr und Seitenzahl.

Allgemeiner Hinweis: Es ist immer die Originalquelle und die aktuellste Auflage eines Buches zu zitieren, Sekundärquellen sind nicht ausreichend.

### ***8.1 Inhaltliche Zitate***

Bei inhaltlichen Zitaten wird der Quellenangabe ein „vgl.“ vorangestellt.

#### **Beispiel bei einem Autor:**

Das Management von Kundenorientierung muss systematisch angegangen werden (vgl. Homburg 1998, S. 6).

#### **Beispiel bei mehreren Autoren:**

Das Management von Kundenorientierung muss systematisch angegangen werden (vgl. Homburg/Werner 1998, S. 6).

**Alternativ:**

Homburg/Werner (1998, S. 6) sind der Auffassung, dass das Management von Kundenorientierung systematisch angegangen werden muss.

Diese Verfahrensweise gilt bei bis zu drei Autoren. Bei mehr als drei Autoren wird nur der erste Autor mit dem Zusatz „et al.“ genannt.

**Beispiel:**

Das Management von Kundenorientierung muss systematisch angegangen werden (vgl. Homburg et al. 1998, S. 6).

Bezieht sich eine Aussage auf mehrere Quellen, so müssen alle Quellen, auf die sich die Aussage bezieht, zitiert werden (entweder alphabetisch oder jüngste Quelle zuerst).

**Beispiel:**

Ein zufriedener Kunde wird mit hoher Wahrscheinlichkeit wieder denselben Anbieter wählen (vgl. Herrmann 1995, S. 910; Fornell 1992, S. 118).

Bezieht sich eine Aussage auf eine folgende Seite oder mehrere Folgeseiten, so ist dies mit dem Zusatz „f.“ bzw. „ff.“ kenntlich zu machen.

**Beispiel:**

Das Management von Kundenorientierung muss systematisch angegangen werden (vgl. Homburg 1998, S. 6f.).

Bezieht sich eine Aussage auf mehrere nicht aufeinander folgende Seiten, sind diese mit „u.“ zu verbinden, bzw. durch Kommata getrennt aufzuführen.

**Beispiel:**

Das Management von Kundenorientierung muss systematisch angegangen werden (vgl. Homburg 1998, S. 6, 10 u. 12).

Bezieht sich ein in der Arbeit verfasster Absatz auf eine einzige Quelle, so ist diese Quelle entweder zu Beginn des Absatzes zu nennen (Bsp.: Homburg/Werner (1998, S. 6) sind der Auffassung, dass ...) oder am Ende des entsprechenden Absatzes zu nennen (vor dem

letzten Satzzeichen). Je stärker eine Aussage ist, desto eher muss diese mit einer Quelle belegt werden. Grundsätzlich gilt, dass stets deutlich werden muss, welche Aussage mit welcher Quelle belegt wird bzw. ob es sich um eigene Gedanken handelt.

## ***8.2 Wörtliche Zitate***

Wörtliche Zitate sind in Anführungszeichen zu setzen. Bei der dazugehörigen Quellenangabe wird auf das Kürzel „vgl.“ verzichtet.

### **Beispiel:**

„Erforderlich ist ein metrisches Meßniveau sowohl für die abhängigen als auch für die unabhängigen Variablen“ (Berekoven/Eckert/Ellenrieder 1996, S. 213).

Auslassungen bei Zitaten sind durch drei Punkte in eckigen Klammern [...] anzuzeigen.

### **Beispiel:**

„Erforderlich ist ein metrisches Meßniveau [...] für die unabhängigen Variablen“ (Berekoven/Eckert/Ellenrieder 1996, S. 213).

Zusätze und grammatikalische Anpassungen des Verfassers werden ebenfalls durch eckige Klammern gekennzeichnet. Hierbei darf der eigentliche Sinn des Zitats keinesfalls verfälscht werden.

### **Beispiel:**

„[Buyers] They may judge the economic acceptability of the price magnitude in relation to their own self-interest, but at the same time they judge the social acceptability of the price in relation to community standards or rules.“ (Maxwell 2002, S. 193).

## ***8.3 Zitierweise von Internetquellen***

Bezieht sich das Zitat auf eine Internetquelle, so ist im Text nur der Autor und das Jahr anzugeben, jedoch keine URL. Diese ist lediglich im Literaturverzeichnis aufzuführen.

Bezieht sich das Zitat auf eine Internetquelle ohne Autor, so ist die dahinterstehende Institution als Verfasser anzugeben.



**Beispiel:**

„Bewusstsein für Tradition und Innovation kennzeichnet die Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, die 1743 gegründet wurde“ (Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg 2011).

**8.4 Querverweise innerhalb der Arbeit**

Wird im Text auf ein anderes Kapitel oder einen anderen Abschnitt der Arbeit verwiesen, so ist auch dies kenntlich zu machen. Querverweise sind allerdings sparsam zu verwenden.

**Beispiel:**

Besonders Studien zur Produktelimination ziehen hierzu den ressourcenbasierten Ansatz (vgl. Abschnitt 3.1) heran.

Hauptgliederungspunkte werden in diesem Zusammenhang als „Kapitel“, Untergliederungspunkte als „Abschnitte“ bezeichnet.

**9. Anhang**

Obligatorischer Teil des Anhangs (außer bei Seminararbeiten) ist die Literaturtabelle (vgl. beispielhafte Literaturtabelle am Ende des Leitfadens, S. 12). Diese kann in einfachem Zeilenabstand und mind. Schriftgröße 10 angefertigt werden. Die Einträge in der Literaturtabelle sind alphabetisch zu sortieren.

Darüber hinaus können gegebenenfalls weitere Abbildungen und Tabellen in den Anhang aufgenommen werden. Für die Beschriftungen gelten die gleichen Regeln wie im Hauptteil der Arbeit.

## 10. Literaturverzeichnis

Im Literaturverzeichnis werden nur die in der Arbeit wörtlich oder inhaltlich zitierten Quellen angegeben. Zeitschriften, Bücher, Dissertationen etc. werden nicht getrennt aufgeführt.

Das Literaturverzeichnis muss alphabetisch und chronologisch nach Autoren geordnet sein, d.h. bei mehreren Werken eines Autors wird nach dem Erscheinungsjahr, beginnend mit dem ältesten Werk, geordnet. Bei mehreren Werken gleicher Autoren aus einem Jahr werden hinter der Jahreszahl Kleinbuchstaben beginnend mit „a“ eingeführt. Zwischen Jahreszahl und Kleinbuchstaben ist kein Leerzeichen einzufügen.

Hat ein Autor in Zusammenarbeit mit mehreren Autoren ein Werk verfasst, so ist dieses Werk im Literaturverzeichnis im Anschluss an seine Einzelveröffentlichungen aufzunehmen. Dabei werden erst die Werke mit einem Co-Autor in alphabetischer und chronologischer Reihenfolge zitiert, dann die mit zwei Co-Autoren usw. Es werden im Literaturverzeichnis alle Autoren namentlich aufgeführt. Insofern ist bei mehr als drei Autoren auf den Zusatz „et al.“ im Literaturverzeichnis zu verzichten.

### **Beispiel:**

Müller, G. (1991), ...

Müller, G. (1995), ...

Müller, G., Gruber, A. (1996), ...

Müller, G., Meyer, K. (1999), ...

Müller, G., Meyer, K. (2001a), ...

Müller, G., Meyer, K. (2001b), ...

Müller, G., Meyer, K., Hauser, D. (2006), ...

Müller, G., Meyer, K., Hauser, D., Schmidt, A. (2000), ...

### **Beispiele für die Zitierung von Büchern:**

Homburg, Ch., Krohmer, H. (2009), Marketingmanagement: Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, 3. Auflage, Wiesbaden.

Koschate, N. (2002), Kundenzufriedenheit und Preisverhalten – Theoretische und empirisch experimentelle Analysen, Wiesbaden.

*Hinweis:* Auflagen von Büchern oder Sammelwerken sind ab der zweiten Auflage anzugeben.

**Beispiele für die Zitierung von Zeitschriften:**

Homburg, Ch., Koschate, N., Hoyer, W. D. (2006), The Role of Cognition and Affect in the Formation of Customer Satisfaction – A Dynamic Perspective, *Journal of Marketing*, 70, 3, 21-31.

Homburg, Ch., Koschate, N., Hoyer, W. D. (2005), Customers' Reactions to Price Increases: Do Customer Satisfaction and the Perceived Motive Fairness Matter?, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 33, 1, 36-49.

Koschate-Fischer, N., Stefan, I. V., Hoyer, W. D. (2012), Willingness to Pay for Cause-Related Marketing: The Impact of Donation Amount and Moderating Effects, *Journal of Marketing Research*, forthcoming.

**Beispiel für die Zitierung von Artikeln aus Sammelwerken:**

Aaker, D. (1988), Kriterien zur Identifikation dauerhafter Wettbewerbsvorteile, in: Simon, H. (Hrsg.), *Wettbewerbsvorteile und Wettbewerbsfähigkeit*, Wiesbaden, 37-46.

**Beispiel für die Zitierung von Internetquellen mit Autor:**

Astheimer, S. (2012), Rekord am Arbeitsmarkt, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, URL: <http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/niedrigste-arbeitslosenzahl-seit-1991-rekord-am-arbeitsmarkt-11590864.html> [04.01.2012 (= *Datum des Abrufs*)].

**Beispiel für die Zitierung von Internetquellen ohne Autor:**

Fachbereich Wirtschaftswissenschaften (2013), Ergebnisse der Geschäftskundenbefragung zum Airport Nürnberg veröffentlicht, Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg, URL: <http://www.wiso.uni-erlangen.de/aktuelles/meldungen/> [02.04.2013 (= *Datum des Abrufs*)].

Bei fehlender Jahresangabe ist die Bezeichnung (o.J.) zu verwenden, bei fehlender Verfasserangabe die Bezeichnung (o.V.).

## **11. Eidesstattliche Erklärung**

In eine Seminar-, Bachelor-, Diplom- und Masterarbeit hat der Kandidat eine schriftliche Erklärung folgenden Inhalts aufzunehmen:

„Ich versichere, dass ich die Arbeit ohne fremde Hilfe und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Quellen angefertigt habe und dass die Arbeit in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegen hat und von dieser als Teil einer Prüfungsleistung angenommen wurde. Alle Ausführungen, die wörtlich oder sinngemäß übernommen wurden, sind als solche gekennzeichnet.“

Ort, Datum

Unterschrift des Studierenden

## **12. Weiterführende Literatur**

Neben den in diesem Dokument aufgeführten formalen Richtlinien zur Gestaltung wissenschaftlicher Arbeiten sei auf die einschlägige Literatur verwiesen, die zur Beantwortung zahlreicher Fragen im Rahmen der Erstellung einer schriftlichen Arbeit herangezogen werden sollte. Insbesondere folgendes Werk ist bei der formalen Ausgestaltung einer wissenschaftlichen Arbeit hilfreich:

Theisen, M. R. (2011), Wissenschaftliches Arbeiten: Technik, Methodik, Form, 15., akt. und erg. Auflage, München.

## 13. Beispiele

### 13.1 Deckblatt

*(Titel des Seminars)*

*Titel*

*der Bachelorarbeit/Seminararbeit/Diplomarbeit/Masterarbeit*

vorgelegt am

GfK-Lehrstuhl für Marketing Intelligence

Prof. Dr. Nicole Koschate-Fischer

Betreuer:

*Titel und Name des Betreuers*

Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg

*Winter-/Sommersemester 20XY/XZ*

von

*Vorname Name*

*Studiengang*

*Matrikelnr.*

*Anschrift*

*Tel.*

*Nürnberg, im Monat Jahr*

## 13.2 Gliederung

### Inhaltsverzeichnis

|   |            |
|---|------------|
| <b>Abbildungsverzeichnis.....</b>   | <b>II</b>  |
| <b>Tabellenverzeichnis.....</b>   | <b>III</b> |
| <b>Abkürzungsverzeichnis.....</b>   | <b>IV</b>  |
| <b>1. Einleitung .....</b>  | <b>1</b>   |
| 1.1 Relevanz der Thematik .....   | 1          |
| 1.2 Eingrenzung und Ziele der Arbeit .....                                  | 2          |
| 1.3 Aufbau der Arbeit .....   | 2          |
| <b>2. Konzeptionelle und theoretische Grundlagen .....</b>                  | <b>3</b>   |
| 2.1 Definition von gentechnisch veränderten Lebensmitteln .....             | 3          |
| 2.2 Kaufverhalten und Kaufentscheidungsprozess .....                        | 4          |
| 2.3 Besonderheiten des Kaufverhaltens bei Lebensmitteln .....               | 5          |
| 2.3.1 Gentechnisch veränderte Lebensmittel.....                             | 6          |
| 2.3.2 Lebensmittelspezifische Produktinformationen .....                    | 9          |
| 2.4 Information Integration Theory nach Anderson (1981).....                | 12         |
| <b>3. Empirische Erkenntnisse zum Kaufverhalten bei Lebensmitteln .....</b> | <b>15</b>  |
| 3.1 Einfluss von gentechnisch veränderten Lebensmitteln.....                | 15         |
| 3.2 Einfluss von lebensmittelspezifischen Produktinformationen.....         | 19         |
| 3.2.1 Nährwertkennzeichnung .....   | 19         |
| 3.2.2 Health und Nutrient Claims .....                                      | 23         |
| <b>4. Schlussfolgerungen .....</b>  | <b>27</b>  |
| 4.1 Zusammenfassung .....   | 27         |
| 4.2 Implikationen für Wissenschaft und Praxis .....                         | 29         |
| <b>Anhang .....</b>   | <b>V</b>   |
| <b>Literaturverzeichnis .....</b>   | <b>XI</b>  |

### 13.3 Literaturtabelle

| Autor(en)                     | Untersuchungs-<br>schwerpunkt                                     | Unabhängige<br>Variable(n)  | Abhängige<br>Variable(n)  | Datengrundlage  | Methode(n)  | Zentrale Ergebnisse  |
|-------------------------------|---|---|---|---|---|--|
| Canavari/<br>Nayga<br>(2009)  | Kaufverhalten von<br>gentechnisch<br>veränderten<br>Lebensmitteln | - gentechnisch<br>Veränderte<br>Lebensmittel<br>- Nutzen für die<br>Probanden<br><br><u>Moderator:</u><br>- Alter | Kaufbereitschaft  | - Tel. Befragung<br>- Stichprobe: n=433<br>Italiener<br>- Produkte:<br>Frühstückscerealien,<br>Eier | Discrete choice<br>model,<br>Regressionsanalyse       | Größere Kaufbereitschaft bei<br>Vorhandensein eines Nutzens im<br>Vgl. zu konventionellen<br>gentechnisch veränderten<br>pflanzlichen Lebensmitteln.<br>Dieser Effekt ist für jüngere<br>Konsumenten stärker als für ältere<br>Konsumenten.  |
| Klerck/<br>Sweeney<br>(2007)  | Kaufverhalten von<br>gentechnisch<br>veränderten<br>Lebensmitteln | Wahrgenommenes<br>Risiko  | Kaufabsicht für<br>gentechnisch<br>veränderte<br>Lebensmittel   | - Persönliche<br>Befragung<br>- Stichprobe: n=237<br>Australier                                     | Exploratorische<br>Faktorenanalyse,<br>Varianzanalyse | Signifikant negativer Einfluss des<br>wahrgenommenen psychologischen<br>Risikos auf die Kaufabsicht  |
| Laros/<br>Steenkamp<br>(2004) | Kaufverhalten von<br>gentechnisch<br>veränderten<br>Lebensmitteln | Angst vor gentechnisch<br>veränderten Produkten   | Kaufabsicht für<br>gentechnisch<br>veränderte<br>Lebensmittel<br><br><u>Mediator:</u><br>Einstellung zu<br>gentechnisch<br>veränderten<br>Lebensmitteln | - Stichprobe: n=645<br>Dänen<br>- GfK-Paneldaten  | Strukturgleichungs-<br>modell,<br>$\chi^2$ -Test      | Signifikant negativer Einfluss von<br>Angst auf die Einstellung zu<br>gentechnisch veränderten<br>Lebensmitteln.<br>Signifikant positiver Einfluss der<br>Einstellung zu gentechnisch<br>veränderten Lebensmitteln auf die<br>Kaufabsicht von gentechnisch<br>veränderten Lebensmitteln. |

Tabelle 1: Literaturüberblick zum Kaufverhalten