



**Inhaltsverzeichnis**

<b>Vorwort</b>	<b>I</b>
<b>Danksagung</b>	<b>III</b>
<b>Einleitung</b>	<b>1</b>
<b>Erster Teil</b>	<b>19</b>
<b>Functional-, Wellness- and Bio-Food</b>	
1 Functional food consumption in Germany: A lifestyle segmentation study	21
2 Health-improving lifestyles of organic and functional food consumers	45
3 Consumption of organic and functional food: a matter of well-being and health?	71
4 Wellness, Wohlbefinden und Ernährung aus Verbrauchersicht	97
<b>Zweiter Teil</b>	<b>115</b>
<b>Perspektiven für die konventionelle und ökologische Lebensmittelwirtschaft</b>	
5 Das „Vertrauens-Sandwich“ – Zur Zukunft des Geschäftsmodells Markenartikel	117
6 Organic food and values: the conventionalization debate from marketing perspective	137
<b>Dritter Teil</b>	<b>167</b>
<b>Exkurs: Gefährdung der Gesundheit durch Lebensmittel</b>	
7 Öffentliche Wahrnehmung der Primärverantwortung für Lebensmittelsicherheit: Eine Medienanalyse der Gammelfleischskandale	169
<b>Abschlussbetrachtung</b>	<b>203</b>
Veröffentlichungsverzeichnis	218
Lebenslauf	221