

# Inhaltsverzeichnis

<b>Einleitung</b>	<b>VII</b>
1. Verbraucherwissenschaften – eine neue Disziplin für ein komplexes Konstrukt? .....	VII
2. Zielsetzung und Aufbau .....	X
3. Danksagung .....	XI
Quellen zur Einleitung .....	XII
<b>I Wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen</b>	<b>1</b>
1. Das Konzept der Marktwirtschaft: ordoliberal und sozial.....	1
<i>Infotafel I: Ludwig Erhard und sein Werk von Stephan A. Kolffhaus</i> .....	5
2. Die Stellung des Verbrauchers in der Marktwirtschaft.....	7
Konsumfreiheit und ihre Auswirkungen.....	8
3. Globalisierung und Welthandel – Auswirkungen für Verbraucher .....	11
<i>Infotafel II: Fairer Handel am Beispiel Kaffee von Eva Schlüter</i> .....	15
4. Moral und Ethik in der Marktwirtschaft: Corporate Social Responsibility als Leitbild für Unternehmen.....	18
Von der Wirtschafts- zur Unternehmensethik.....	19
Leitbild Corporate Social Responsibility .....	22
5. Lebensmittelskandale und ihre politischen Folgen: die Beispiele BSE, Nitrofen und EHEC .....	25
6. Zum Vorteil der Verbraucher? Die Entwicklung der Europäischen Union und des Binnenmarktes.....	34
Verbraucherschutz in europäischen Vertragswerken.....	37
Quellen zu Teil I .....	39
<b>II Entwicklung der Verbraucherpolitik</b>	<b>43</b>
1. Die Gründungsphase in Deutschland: Frauenvereinigungen und Konsumgenossenschaften .....	43
Bedeutung der Genossenschaften.....	47
<i>Infotafel III: Der tägliche Einkauf – Entwicklung der Versorgung mit Alltagsgütern von Stephan A. Kolffhaus</i> .....	53
2. Impulse aus der Ökonomik und Psychologie .....	57
Neuere wissenschaftliche Ansätze.....	63
3. Instrumente und Leitbilder der Verbraucherpolitik.....	66
Leitbilder des Verbrauchers.....	72

4. Wer oder was schützt den Verbraucher? Rechtlicher Verbraucherschutz im Überblick.....	76
<i>Infotafel IV: Das Verbraucherinformationsgesetz von Eva Schlüter.....</i>	88
5. Verbraucherbildung – ein besonderes Instrument?.....	91
Das Projekt „Reform der Verbraucher- und Ernährungsbildung in Schulen“ und die Folgen.....	97
Der Beschluss der Kultusministerkonferenz zur Verbraucherbildung und dessen Bedeutung .....	101
6. Neuorientierung und Neuorganisation des Verbraucherschutzes.....	103
Reform der Verbraucherorganisationen .....	108
Quellen zu Teil II .....	114

### **III Organisationen und Aufgaben in der Verbraucherpolitik** **121**

---

1. Verbraucherverbände als politische Akteure im Dritten Sektor .....	121
Selbst- und Fremdorganisation .....	127
2. Die Bundesvertretung der Verbraucher – ein Verband der Verbände .....	130
3. Berater und Anwalt für Verbraucher: die Verbraucher-Zentralen.....	136
<i>Infotafel V: „Marktwächter“ – ein neuartiges Kooperationsprojekt     von Carmen Hügemann .....</i>	146
4. Stärkung der Verbraucherinformation: die Stiftung Warentest .....	149
5. Folgen der Ökologie- und Protestbewegung: Verbraucherinitiative, Foodwatch und Greenpeace .....	156
Verbraucherinitiative.....	158
Foodwatch.....	160
Greenpeace.....	162
6. Verbraucherpolitik und Verbraucherarbeit im Rahmen der Europäischen Union .....	165
Verbrauchervertretungen in der EU.....	170
<i>Infotafel VI: „Europäische Verbraucherschutzzentren“     von Stephan A. Kolffhaus und Eva Schlüter .....</i>	174
Quellen zu Teil III .....	178

### **Ausblick: Digitalisierung des Alltags als Herausforderung für Verbraucherpolitik und Verbraucherschutz** **183**

---

1. Probleme und Konsequenzen für Online-Information und -Beratung .....	184
2. Weiterentwicklung der Digitalisierung: Web 2.0 und Social Software .....	187

3. Beispiel für die gegenwärtige Digitalisierung des Verbraucheralltags:	
Internet der Dinge.....	191
4. Gesellschaftliche Folgen der Digitalisierung.....	192
5. Zukunftsaufgabe für Politik und Recht: Digitaler Verbraucherschutz .....	194
Quellen zum Ausblick .....	197