

Verbraucherpolitik in Deutschland und der Europäischen Union – eine Einführung

Stephan A. Kolfhaus



Stephan A. Kolfhaus

**Verbraucherpolitik in Deutschland
und der Europäischen Union
– eine Einführung**

Shaker Verlag
Düren 2020

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Coverbild © freestockgallery.de

Copyright Shaker Verlag 2020

Alle Rechte, auch das des auszugsweisen Nachdruckes, der auszugsweisen oder vollständigen Wiedergabe, der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen und der Übersetzung, vorbehalten.

Printed in Germany.

ISBN 978-3-8440-7457-4

Shaker Verlag GmbH • Am Langen Graben 15a • 52353 Düren

Telefon: 02421 / 99 0 11 - 0 • Telefax: 02421 / 99 0 11 - 9

Internet: www.shaker.de • E-Mail: info@shaker.de

Inhaltsverzeichnis

Einleitung VII

1. Verbraucherwissenschaften – eine neue Disziplin für ein komplexes Konstrukt?	VII
2. Zielsetzung und Aufbau	X
3. Danksagung	XI
Quellen zur Einleitung	XII

I Wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen 1

1. Das Konzept der Marktwirtschaft: ordoliberal und sozial.....	1
<i>Infotafel I: Ludwig Erhard und sein Werk von Stephan A. Kolffhaus.....</i>	<i>5</i>
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>	<i>15</i>
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

II Entwicklung der Verbraucherpolitik 43

1. Die Gründungsphase in Deutschland: Frauenvereinigungen und Konsumgenossenschaften	43
Bedeutung der Genossenschaften.....	47
<i>Infotafel III: Der tägliche Einkauf – Entwicklung der Versorgung mit Alltags- gütern von Stephan A. Kolffhaus.....</i>	<i>53</i>
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</i> <i>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
Verbraucherververtretungen in der EU.....	170
<i>Infotafel VI: „Europäische Verbraucherschutzzentren“</i> <i>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

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Modell des Marktes.....	2
Abb. 2: Verortung von Verbraucher und Anbieter in der Marktwirtschaft.....	10
Abb. 3: Die drei Ebenen der Wirtschaftsethik	20
Abb. 4: Fleischkonsum in Deutschland von 1990 bis 2017	26
Abb. 5: Rituale bei Lebensmittelskandalen	32
Abb. 6: Karte mit den EU-Mitgliedsstaaten.....	35
Abb. 7: Die vier Grundfreiheiten im Europäischen Binnenmarkt	37
Abb. 8: Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland.....	55
Abb. 9: Instrumente der Verbraucherpolitik	68
Abb. 10: Auswahl von Institutionen des Verbraucherschutzes in Deutschland (Bundesebene) ...	83
Abb. 11: Didaktischer Würfel von REVIS.....	98
Abb. 12: Ursachen für den Stand der Verbraucherbildung.....	100
Abb. 13: Lösungsansätze für Verbraucherbildung.....	101
Abb. 14: Struktur der Verbraucherorganisationen vor 2000 auf Bundesebene	107
Abb. 15: Ausgewählte Verbraucherorganisationen in Deutschland und der Europäischen Union	131
Abb. 16: Verbraucherinformation in Deutschland (nach ihrer Herkunft)	151
Abb. 17: Verbraucherinstitutionen und -vertretungen bei der Europäischen Union	173

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Chronologie der Lebensmittelskandale in Deutschland (Auswahl).....	27
Tab. 2: Zuständigkeiten in den Bundesländern für wirtschaftlichen und gesundheitlichen Verbraucherschutz (Stand 8/2018).....	86
Tab. 3: Einnahmen der Verbraucherzentralen am Beispiel Brandenburg und Nordrhein-Westfalen 2015.....	141
Tab. 4: Folgen der Informationsgesellschaft für die Verbraucher	184