

Anke Martiny / Otfried Klein

# Marktmacht und Manipulation

Sind die Verbraucher Objekt oder Subjekt  
unserer Wirtschaftsordnung?

Fachgebiet: Politische Ökonomie  
und Planung  
Technische Hochschule Darmstadt  
61 Darmstadt  
Schloß  
Telefon 168-195



Europäische Verlagsanstalt

# Inhalt

<b>Einführung</b>	
<b>Die Notwendigkeit der Verbraucherpolitik</b>	7
<b>Erster Teil</b>	
<b>Die Stellung der Verbraucher in unserer Wirtschaftsordnung</b>	15
I. Wer oder was ist Verbraucher?	17
II. Was heißt soziale Marktwirtschaft?	28
III. Der Interessengegensatz zwischen den Verbrauchern und den Produzenten und Anbietern	35
IV. Ursachen der ungleichen Machtverteilung im Bereich der Produktion	39
V. Ursachen für die ungleiche Machtverteilung auf den Märkten für Güter und Dienstleistungen	44
– Unzureichender Wettbewerb	46
– Unzureichende Markttransparenz	49
– Geschäftspraktiken und Vertriebsmethoden	57
– Allgemeine Geschäftsbedingungen	59
VI. Machtungleichgewicht in der Interessenvertretung	61
– Verbände der Hersteller und Anbieter	62
– Verbände der Verbraucher	66
– Einflußnahme der Interessenvertretungen auf Politik, öffentliche Meinung und andere Bereiche	74
VII. Staatliche Maßnahmen zum Schutz der Verbraucher und zur Stärkung ihrer Stellung	80
– Schutz vor Marktmacht und Wettbewerbsverstößen	80
– Schutz durch Stärkung der Rechtsposition	83
– Schutz vor gesundheitlichen Schädigungen und Gefährdung der Sicherheit	89

– Gesetzliche Pflichten der Hersteller und Anbieter zur Verbraucherinformation	94
– Weitere verbraucherpolitische Maßnahmen	96
– Verbraucherpolitische Maßnahmen im europäischen und internationalen Bereich	98

## **Zweiter Teil**

<b>Möglichkeiten, die Stellung der Verbraucher zu verbessern</b>	<b>103</b>
I. Weiterentwicklung der Rahmenbedingungen für die Unternehmen und Stärkung der Verbraucherrechte	107
II. Wirksame Durchsetzung der Verbraucherschutzgesetze	119
III. Verbesserte Ausbildung, Information und Beratung	130
IV. Verbraucherforschung	144
V. Erweiterung der Mitbestimmungs- und Kontrollmöglichkeiten der Verbraucher	148
VI. Stärkere Berücksichtigung der Verbraucherinteressen in der Wirtschaftspolitik und anderer verbraucherrelevanter Bereiche in der Politik	155
VII. Stärkung der Organisation der Verbraucherinteressen	159
Zusammenfassung	168

## **Anhang**

1. EG-Verbraucherprogramm	175
2. DGB-Anträge zur Verbraucherpolitik	194
3. SPD-Politik für die Verbraucher	197
4. Verbraucherpolitische Grundsätze der CDU	206
5. Verbraucherpolitische Ziele der FDP	211
6. Übersicht über verbraucherrelevante Rechtsvorschriften	214
7. Anschriften der Verbraucherorganisationen	220