

Heinz-Dieter Assmann  
Friedrich Kübler

Staatliche  
Verbraucherinformation  
im Ordnungsgefüge  
des Privatrechts

Juristische Gesamtbibliothek  
der Technischen Hochschule  
Darmstadt

B 38678

Athenäum  
1981

# Inhalt

I. Anlaß und Gegenstand der Untersuchung .....	9
1. Neue Ansätze und Entwicklung in der Rechtsprechung ..	10
2. Zur Problematik staatlicher Verbraucherinformation ...	13
II. Zur Aufgabe und Rechtfertigung staatlicher Verbraucherinformation .....	18
1. Der Ausgangspunkt des marktwirtschaftlichen Modells: Bedarf bestimmt Produktion .....	20
2. Die Überforderung der individuellen Angebotsbeurteilung .....	23
3. Die Funktionalisierung des Bedarfs .....	33
4. Möglichkeiten und Grenzen staatlicher Verbraucherinformation .....	42
5. Effizienzbedingungen staatlicher Verbraucherinformation .....	47
6. Zusammenfassung .....	50
III. Die privatrechtliche Kontrolle staatlicher Warenkritik ....	52
1. Die dogmatische Entwicklung und Einordnung .....	52
2. Die besondere Stellung der Stiftung Warentest: Milderung oder Verschärfung des Haftungsmaßstabs? ..	56
3. Zur Haftung des mit dem Test beauftragten Instituts ...	61
4. Anspruch auf kostenlosen Abdruck einer berichtigenden Werbeanzeige? .....	62
IV. Die Werbung mit staatlicher Verbraucherinformation .....	68
1. Ansatzpunkte der rechtlichen Beurteilung der Werbung mit Warentests .....	68
2. Zur Entwicklung des Verbots vergleichender Werbung und ihre Beurteilung nach aktuellen Kriterien .....	73
3. Verbraucherinformation durch Testwerbung .....	93