

INHALTSVERZEICHNIS

Christian Bala und Klaus Müller

Einleitung: Abschied vom Otto Normalverbraucher.

Verbraucherleitbilder und Verbraucherpolitik im Wandel. 7

TEIL 1 „BILDER“: JENSEITS VOM OTTO NORMALVERBRAUCHER

Christoph Strünck

Der mündige Verbraucher: Ein populäres Leitbild auf dem Prüfstand 19

Johannes Simons und Monika Hartmann

Der Verbraucher im Ernährungsmarkt 29

Michael Westendorf

Der Verbraucher im Finanzmarkt 49

Christoph Weber

Der Verbraucher im Energiemarkt: Energiewirtschaftliche Überlegungen
zu einem facettenreichen Wesen 67

Martin Klug

Der ignorante Verbraucher als Leitbild der Verbraucherpolitik 79

TEIL 2 „INFORMATIONEN“: ASCHENPUTTEL AUF DER SUCHE

Jens Hofmann und Matthias Brand

Information gegen Irrationalität – Welche Faktoren beeinflussen
Kaufentscheidungen? 95

*Gunnar Mau, Michael Schuhen, Hanna Schramm-Klein,
Susanne Schürkmann und Sascha Steinmann*

Treffen informierte Kinder kompetentere Kaufentscheidungen?
Kaufkompetenz von Kindern und Ansatzpunkte für den Verbraucherschutz . . . 111

<i>Klaus Wingenfeld</i>	
Verbraucherinformation bei Dienstleistungen und Daseinsvorsorge am Beispiel Pflege	129
<i>Sigrid Baringhorst und Katharina Witterhold</i>	
Verbraucherinformation – Top down oder bottom up? Neue Formen netzbasierter Generierung einer kritischen Verbraucheröffentlichkeit	145

TEIL 3 „ENGAGEMENT“: KONSUMENTENBÜRGER UND DEMOKRATIE

<i>Jörn Lamla</i>	
Was ist und zu welchem Ende untersuchen wir die Verbraucherdemokratie? ..	169
<i>Ludger Heidbrink</i>	
Die moralische Verantwortung der Verbraucher als Bürger	187
<i>Heinz-Gerhard Haupt</i>	
Konsum, Stabilität und Demokratie in der Bundesrepublik Deutschland	207
<i>Michael Prinz</i>	
Die Konsumgenossenschaften als demokratische Konsumenten- organisationen: Bemerkungen aus historischer Perspektive	223
<i>Christian Bala</i>	
„Demokratisierung von allem“: Das Versprechen der Sharing Economy	257
Autorenverzeichnis	283