

Vorwort

Verbraucherinformationen und Medien

Einführung

Friedrich von Stachelsky 10

Die Notwendigkeit von Verbrauchersendungen im Fernsehen und die Scheu von Fernsehwirtschaftsredakteuren vor Verbrauchersendungen am Beispiel von "Markt" im WDR 3

Dieter Großkopf 17

Zuschauererwartungen und Realität bei Verbrauchersendungen im Fernsehen

Manfred Trebess 22

Bildschirmtext als Anwendungsfeld für Verbraucherinformationen

Martin Straub 28

Defizite in der Verbraucherberatung und mögliche Aufhebung durch neue Medien?

Bernd Biervert 43

Neue Medien im verbraucherpolitischen Bewertungszusammenhang

Wolfgang Förster 49

Lokale Kommunikation und aktivierende Verbraucher- arbeit. Forderungen an neue Informationstechnologien	
<i>Claus Commandeur</i>	55
Anwendungsformen neuer Kommunikationstechnologien in der Verbraucherarbeit	
<i>Volkmar Lübke/Ingo Schoenheit</i>	64
Die Autoren	77