

Wirtschaftsfaktor Verbraucherinformation

Die Bedeutung von Information
für funktionierende Märkte



BWV · BERLINER WISSENSCHAFTS-VERLAG

Inhaltsverzeichnis

Erster Abschnitt:

Wirtschaftsfaktor Verbraucherinformation – Die Bedeutung von Information für funktionierende Märkte¹	7
I. Plädoyer für eine bessere Verbraucherinformation	7
<i>Edda Müller</i>	
II. Der subjektive Informationsbedarf der Konsumenten	13
<i>Ingo Schoenheit</i>	
III. Verbraucherinformation als Motor für einen Qualitätswettbewerb	28
<i>Andreas Oehler</i>	
IV. Strategie der Bundesregierung zur Verbesserung der Verbraucherinformation.....	51
<i>Matthias Berninger</i>	
V. Podiumsdiskussion: Kundenbeziehung und -information – Schädlicher Kostenfaktor oder Wettbewerbsvorteil?.....	58

* Dieser Abschnitt dokumentiert die Tagung des Verbraucherzentrale Bundesverbandes „Was Verbraucher wissen wollen – Verbraucherinformation als Wirtschaftsfaktor“ vom 17.06.2004 in Berlin. Die Tagungsbeiträge wurden für die vorliegende Publikation überarbeitet und ergänzt.

Zweiter Abschnitt:

Was Verbraucher wissen wollen – Ergebnisse einer empirischen Studie zum Informationsbedarf der Verbraucher	65
<i>Ingo Schoenheit</i>	
Vorbemerkung.....	65
1. Produkteigenschaften und Informationsbedarf	67
2. Nutzung und Beurteilung des vorhandenen Informationsangebots	70
3. Zusätzlicher Informationsbedarf	74
4. Zugang zu Information	77
5. Vergleichbarkeit der Information.....	80
6. Zwölf Thesen zum Informationsbedarf der Verbraucher.....	83
Statistiken zur Studie	85
Anhang	135
Die Autoren	151