

I N H A L T

Allgemeiner Teil und Einleitung	(Norbert Reich)	1
I.	Stand der Gesetzgebung und Reformvorhaben	1
	Ziff. 1 Verbraucherschützende Gesetzgebung	1
	Ziff. 2 Reformvorhaben	5
	Ziff. 3 Verbraucherrecht	7
II.	Verbraucherbegriff in Ökonomie und Recht	8
	Ziff. 4 Verbraucherbegriff	8
	Ziff. 5 Verbraucherbegriff in der Gesetzgebung	13
III.	Konzeption eines rechtlichen Verbraucherschutzes	19
	Ziff. 6 Verbraucherpolitische Konzeption	19
	Ziff. 7 Notwendigkeit einer marktkompensatorischen Konzeption	21
IV.	Zielsetzung und Studie - Abgrenzungsfragen	25
	Ziff. 8 Abgrenzung	25
	Ziff. 9 Verbraucherpolitische Aktionsparameter und Gesetzgebung	26
1. Teil:	Der Schutz des Verbrauchers vor überhöhten Preisen und einseitigen Preiserhöhungen - das GWB als Verbrauchergesetz (Norbert Reich)	29
I.	Schutzzweck des GWB nach der Novelle v. 3.8.1975	29
	Ziff. 10 Schutzzweckdiskussion im GWB	29
	Ziff. 11 Schutzzweck des GWB	32

II.	Kontrolle von Marktmacht im Bereich des Preisverhaltens	35
	Ziff. 12 Kartellrechtliche Preiskontrolle	35
	Ziff. 13 Eingriffskriterien	38
	Ziff. 14 Der beherrschte Markt	40
	Ziff. 15 Marktstruktur	43
	Ziff. 16 Wesentlicher Wettbewerb	47
	Ziff. 17 Mißbrauchs begriff	51
	Ziff. 18 Kompetenzen des BKA	60
III.	Kontrolle von Preisempfehlungen und Bekämpfung faktischer Preisbindungen	64
	Ziff. 19 Abschaffung der Preisbindung	64
	Ziff. 20 Preisempfehlungen	68
	Ziff. 21 Bekämpfung indirekter Preisbindungen	73
IV.	Schutzlücken im GWB und rechtspolitische Vorschläge	80
	Ziff. 22 Erweiterung des Mißbrauchskonzepts	80
	Ziff. 23 Verschärfung der Kontrolle vertikalen Preisverhaltens	83
	Ziff. 24 Weitergehende Vorschläge	85
2. Teil:	Werbung und Verbraucherinformation - der Funktionswandel des UWG (Hartmut Wegener)	86
I.	Schutzzweck des UWG	86
	Ziff. 25 Gesetzeslage	86
	Ziff. 26 Sittenwidrigkeit § 1 UWG	88
	Ziff. 27 Schutzzweck des UWG	90

II.	Schutz des Verbrauchers vor irreführenden Werbeaussagen und unsachlicher Beeinflussung	94
	Ziff. 28 Schutz vor irreführender Preisgestaltung	94
	Ziff. 29 Mängel der Rechtsprechung	101
	Ziff. 30 Irreführung über Qualität und Eigenschaften	102
	Ziff. 31 Suggestivwerbung	104
	Ziff. 32 Schutz vor unlauteren Werbemethoden	110
	Ziff. 33 Unerbetener Vertreterbesuch in der Privatwohnung	114
III.	Verbraucherinformation und Markttransparenz	116
	Ziff. 34 Zulässigkeit vergleichender Werbung	116
	Ziff. 35 Zulässigkeit von Warentests	118
	Ziff. 36 Werbung mit Warentests	122
	Ziff. 37 Zulässigkeit von öffentlicher Kritik und Boykottaufruf	123
IV.	Schutzlücken und rechtspolitische Vorschläge	126
	Ziff. 38 "Schutzlücken"	126
	Ziff. 39 Rechtspolitische Vorschläge	127
	Ziff. 40 Novellierung § 1 UWG	129
	Ziff. 41 Werbeverbote und -beschränkungen	130
	Ziff. 42 Beweislastumkehr und berichtigende Werbung	132
	Ziff. 43 Administrativer Unterbau und freiwillige Selbstkontrolle	133
	Ziff. 44 Zulässigkeit der Verbraucherinformation	134
	Ziff. 45 Allgemeine Qualitätsklassen und Informationspflichten	135

3. Teil:	Qualitätssicherung und zivilrechtliche Haftung (Klaus Tonner)	137
I.	Schutzzweck und Sozialmodell des BGB	137
	Ziff. 46 Schutzzweck und Sozialmodell des BGB	137
II.	Gewährleistung im Kaufvertrag - Freizeichnungsklauseln	139
	Ziff. 47 Rechtsprechung zu Freizeichnungsklauseln	139
	Ziff. 48 Reformvorschläge	144
	Ziff. 49 Werbeversprechen als "zugesicherte Eigenschaften"	148
	Ziff. 50 Gesetzliche Qualitätsstandards	153
III.	Produzentenhaftung	154
	Ziff. 51 Schutzgesetze vor Produktgefahren	154
	Ziff. 52 Rechtsprechung zur Produzentenhaftung	157
	Ziff. 53 Reformversuche	162
IV.	Schutzlücken und rechtspolitische Vorschläge	164
	Ziff. 54 Schutzlücken	164
	Ziff. 55 Rechtspolitische Vorschläge - Gewährleistungsrecht	165
	Ziff. 56 Rechtspolitische Vorschläge - Produzentenhaftung	171

4. Teil:	Der Individualschutz des Verbrauchers als Vertragspartner - Vertragsgestaltungs- und Vertragsentschließungsfreiheit im Abzahlungsrecht als Beispiel (Norbert Reich)	175
I.	Der Begriff und die Notwendigkeit des Individualschutzes im Verbraucherrecht	175
	Ziff. 57 Begriff des Individualschutzes	175
	Ziff. 58 AGB und Verbraucherrecht	178
II.	Schutzzweck und Schutzbereich des Abzahlungsgesetzes	185
	Ziff. 59 Methoden des Verbraucherschutzes im AbzG	185
	Ziff. 60 Offenlegungspflichten	188
	Ziff. 61 Widerrufsrecht	189
	Ziff. 62 Schutzbereich	190
III.	Das finanzierte Abzahlungsgeschäft	192
	Ziff. 63 Begriff des finanzierten Abzahlungsgeschäfts	192
	Ziff. 64 Analoge Anwendung des AbzG	196
	Ziff. 65 Einwendungsdurchgriff	197
IV.	Schutzlücken und rechtspolitische Vorschläge	201
	Ziff. 66 Schutzlücken	201
	Ziff. 67 Regelung von Verbraucher- kreditverträgen	202

5. Teil:	Rechtsdurchsetzung und Rechtsverwirklichung im Verbraucherrecht (Norbert Reich)	204
I.	Anspruch und Wirklichkeit der Rechtsdurch- setzung	204
	Ziff. 68 Gegenwärtige Rechtslage	204
	Ziff. 69 Verbesserungsmöglichkeiten - Grundlagen	207
II.	Verbesserung der behördlichen Kontrolle des Verbraucherrechts	210
	Ziff. 70 BKA als Verbraucherbehörde	210
	Ziff. 71 Vorschläge der AGB-Kommission beim BMJ	216
	Ziff. 72 Selbstkontrolle	219
III.	Ausweitung der Gegenmachtmöglichkeiten durch Verbände, die Interessen der Verbraucher repräsentieren	221
	Ziff. 73 Begriff und Befugnisse von Verbraucherverbänden	221
IV.	Verbesserung der individuellen Rechts- durchsetzung der Betroffenen	234
	Ziff. 74 Individuelle Rechtsdurchsetzung und Rechtsberatung	234
	Ziff. 75 Folgeverträge, Nichtigkeit und Schadenersatz	241
V.	Rechtsverwirklichung und Gesellschaftspolitik	253
	Ziff. 76 Gesellschaftspolitische Dimension	253
	Ziff. 77 Gewerkschaftliche Strategie	253
	Ziff. 78 Mitbestimmung	254
	Ziff. 79 Ombudsmann	255
	Ziff. 80 Gerichtsorganisation - Verbraucherammern	255