

❖ **Schriftenreihe des
Verbraucherzentrale
Bundesverbandes zur
Verbraucherpolitik**



BWV · Berliner
Wissenschafts-Verlag



Die Schriftenreihe im Berliner Wissenschafts-Verlag (BWV) versammelt Beiträge zu aktuellen verbraucherpolitischen Fragen aus allen wissenschaftlichen Disziplinen.

Sie können die Bücher beim Berliner Wissenschafts-Verlag (BWV) bestellen. Siehe Seite 11

Die Verbraucherpolitik gewinnt zunehmend an Bedeutung. Die von der europäischen Politik vorangetriebene Liberalisierung und Deregulierung macht in immer mehr Märkten aus Bürgern Verbraucher. Kaum ein Politikbereich, in dem die wirtschaftlichen Interessen der Verbraucher, ihr Recht auf sichere Produkte und auf Schutz vor Übervorteilung nicht berührt wären.

Verbraucherpolitik braucht eine wissenschaftliche Fundierung, wenn sie ihrem gesellschaftlichen Gestaltungsanspruch gerecht werden will. Die Schriftenreihe soll zum einen die Verbraucherpolitik als politische Querschnittsaufgabe unterstützen und sichtbar machen. Sie soll zum anderen den verschiedenen wissenschaftlichen Disziplinen, die sich mit Verbraucherthemen befassen, eine Plattform bieten.

Verbraucherforschung in Deutschland

Die heutige Verbraucherforschung ist zersplittert und weist erhebliche Forschungslücken auf. Es fehlt an einer interdisziplinären Zusammenführung der sektoralen Forschungsthemen.

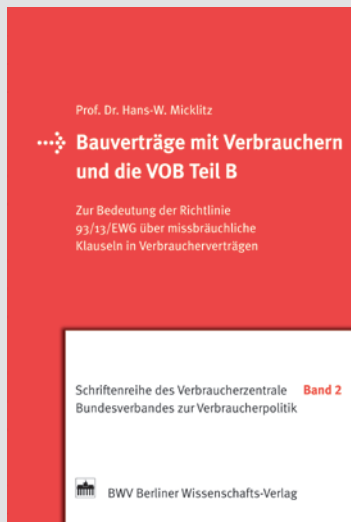
Die neue Verbraucherpolitik braucht aber einen theoretischen Überbau und eine wissenschaftliche Fundierung, die die Bemühungen um bessere Bedingungen der Verbraucherpolitik im politischen Prozess unterstützt. Politik und Wissenschaft müssen die Bedeutung einer verbraucherpolitisch orientierten Forschung künftig stärker erkennen.

Diesem Zweck dient die vorliegende Veröffentlichung. Wir suchen mit ihr den Dialog mit Wissenschaftlern der verschiedenen Disziplinen und mit den Akteuren in Wissenschaftsinstitutionen und in der Forschungsförderung.

2005
304 Seiten, kart., 45,60 Euro
ISBN 3-8305-0925-1



Bauverträge mit Verbrauchern und die VOB Teil B Zur Bedeutung der Richtlinie 93/13/EWG über missbräuchliche Klauseln in Verbraucherverträgen



Autor: Hans-W. Micklitz

Das deutsche private Baurecht wird von der Vergabe- und Vertragsordnung für Bauleistungen Teil B regiert. Dabei handelt es sich um allgemeine Geschäftsbedingungen, die ursprünglich für die Abwicklung öffentlicher Bauaufträge entwickelt wurden und unmodifiziert auch auf Bauverträge mit Verbrauchern angewandt werden. Gesetzgebung und Rechtsprechung haben mit der Theorie der Ausgewogenheit der VOB/B als Ganzes einen Schutzwall gezogen. Eine gesetzliche Kontrolle, ob die Inhalte der VOB/B auch verbrauchergerecht sind, ist seit 1977 ausgeschaltet.

Das vorliegende Rechtsgutachten zeigt, dass die Freistellung der VOB/B von einer gesetzlichen Kontrolle mit der EG-Richtlinie 93/13/EWG über missbräuchliche Klauseln in Verbraucherverträgen unvereinbar ist und die VOB/B 2002 eine Vielzahl von Klauseln enthält, die private Bauherren unangemessen benachteiligen. Von Ausgewogenheit bei Verbraucherverträgen keine Spur.

2004
219 Seiten, kart., 29,80 Euro
ISBN 3-8305-0861-1

„PISA“ in der Verbraucherbildung – Sind wir alle Konsum-Analphabeten?

Mit seiner Tagung „PISA in der Verbraucherbildung“ hat der Verbraucherzentrale Bundesverband eine Offensive für eine Reform der Verbraucherbildung an unseren Schulen gestartet.

Eigenverantwortung im Konsum – dieses Ziel der Bildungspolitik wird derzeit kaum erreicht. Stattdessen ist ein zunehmender Konsum-Analphabetismus zu beobachten.

Die hier versammelten Beiträge zielen auf eine Schule, die Schülerinnen und Schüler auf ein Leben als Bürger und Konsumenten vorbereitet. In einer solchen Schule können Kinder und Jugendliche „intelligente Lebensstile“ lernen, sich mit Fragen einer gesunden Ernährung und Lebensweise, der finanziellen Alltagswirklichkeit oder des ressourcenschonenden Konsums auseinandersetzen.

Die Ergebnisse einer Schulbuchanalyse zum Thema Finanzdienstleistungen komplettieren diesen Band.

2005
184 Seiten, kart., 28,80 Euro
ISBN 3-8305-0926-X



Wirtschaftssektor Verbraucherinformation – Die Bedeutung von Informationen für funktionierende Märkte

Marktwirtschaft kann nur funktionieren, wenn Verbraucher sich als Marktteilnehmer rational verhalten können. Sie müssen Zugang zu denjenigen Informationen haben, die für ihre Entscheidung beim Kauf von Waren und der Inanspruchnahme von Dienstleistungen relevant sind. Die Forschungen der Nobelpreisträger Akerlof, Spence und Stiglitz zeigen auf, welche dramatischen Folgen für die Märkte „asymmetrische Information“ haben können, was also geschieht, wenn eine Seite des Marktes über bedeutend weniger Informationen verfügt als die andere. Danach können Informationsasymmetrien zu überhöhten Preisen für minderwertige Güter führen, während höherwertige Güter sich nicht zu einem angemessenen Preis absetzen lassen. Gut informierte Verbraucher können Produkte und Dienstleistungen gezielter nachfragen und damit die Unternehmen in die Lage versetzen, ihre Produkte der Nachfrage anzupassen und die Qualität zu verbessern. Information schafft somit Vertrauen und ist Bedingung für einen funktionierenden Qualitätswettbewerb.



In den Beiträgen zu der Veranstaltung „Was Verbraucher wissen wollen – Wirtschaftsfaktor Verbraucherinformation“ vom 17.06.2004 wird deutlich, wie sehr es gerade der Wirtschaft darum gehen muss, die Verbraucher möglichst umfassend über Produkt- und Prozessqualitäten von Waren und Dienstleistungen zu informieren.

2005
151 Seiten, kart., 24,00 Euro
ISBN 3-8305-1010-1

Consumer Watchdogs – eine Option für die liberalisierten Märkte in Deutschland?

In Großbritannien wurde die Liberalisierung von Leistungen der Daseinsvorsorge bereits frühzeitig energisch vorangetrieben. Um die Interessen der Verbraucher in liberalisierten Märkten gegenüber den Unternehmen durchzusetzen, wurden in Großbritannien „Consumer Watchdogs“ eingerichtet. Diese „Watchdogs“ sind spezialisierte Verbraucherorganisationen für die Sektoren Energie, Telekommunikation, Post, Eisenbahn und Wasser. Sie nehmen gegenüber den Unternehmen die Rechte der Verbraucher wahr und setzen sich aufgrund ihrer Marktkenntnis politisch für eine verbrauchergerechte Regulierung ein. Der Verbraucherzentrale Bundesverband und der Deutsche Mieterbund haben mit ihrer gemeinsamen Tagung „Consumer Watchdogs“ die britischen Erfahrungen in die wirtschaftspolitische Diskussion und insbesondere in die Debatte zur Regulierung des Strom- und Gasmarktes in Deutschland eingebracht. Die Beiträge beleuchten zum einen die Situation des Energiemarktes in Deutschland und die Notwendigkeit einer stringenten Regulierung, zum anderen geben sie einen Einblick in das britische Modell der „Watchdogs“ zur Vertretung von Verbraucherinteressen in den Versorgungsmärkten. Die Dokumentation der abschließenden Podiumsdiskussion eröffnet Perspektiven, wie die britischen Erfahrungen für Deutschland nutzbar gemacht werden können.

2005
139 Seiten, kart., 21,60 Euro
ISBN 3-8305-1033-0



Allgemeine Bedingungen für Netzanschluss und Stromversorgung versus AGB-Recht



Autoren: Clemens Arzt, Stefan Schröder

Trotz der Öffnung des Strommarktes wird die vertragliche Beziehung zwischen Haushaltskunden und Versorgungsunternehmen bis heute von dem Gesetzgeber durch Rechtsverordnung gestaltet. Dieses Verfahren wird mit dem neuen Energiewirtschaftsgesetz fortgesetzt. Die Versorgungsbedingungen der Grundversorger unterliegen nicht der Inhaltskontrolle des Verbraucherschützenden Rechts über Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB-Recht). Das vorliegende Gutachten führt auf der Basis des Regierungsentwurfes zum neuen Energiewirtschaftsgesetz in die Systematik des Gesetzes ein und misst die seit 1979 geltenden Versorgungsbedingun-

gen sowie einen Änderungsentwurf des Bundesministeriums für Wirtschaft aus dem Jahr 2002 an den Schutzstandards des allgemeinen AGB-Rechts. Das Gutachten zeigt, dass die Verordnung und der Entwurf eine Vielzahl von Regelungen enthalten, die nach dem allgemeinen AGB-Recht unwirksam wären, weil sie die Haushaltskunden benachteiligen.

2005

209 Seiten, kart., 31,20 Euro

ISBN 3-8305-1067-5

Schuldenreport 2006

Die Überschuldung privater Verbraucher steigt: Inzwischen gilt jeder zwölfte Haushalt in Deutschland als überschuldet. Der Schuldenreport 2006 beschreibt die Entwicklung der privaten Ver- und Überschuldung in den Jahren 2000 bis 2005. Er analysiert Ursachen der Überschuldung und beschreibt die Lebenssituation der überschuldeten Haushalte.

Der Schuldenreport fragt, welche Wege es gibt, damit Betroffene eine zweite Chance bekommen. Er gibt eine Übersicht über Rechtsprechung und Gesetzeslage im Finanzdienstleistungsrecht, beim Kontopfändungsschutz, beim Verbraucherinsolvenzverfahren und bei der Rechtsberatung. Der Schuldenreport 2006 ist ein Nachschlagewerk und Arbeitsmittel für Politik, Medien, Behörden, Wissenschaft – und für alle Praktiker in der Schuldner- und Insolvenzberatung.

2006

442 Seiten, kart., 29,00 Euro

ISBN 3-8305-1109-4



Werbung und Sponsoring in der Schule

PR-Agenturen und Markenhersteller drängen in die Schulen, um die jungen Konsumenten frühzeitig als Käufer zu gewinnen oder ihre KonsumEinstellungen zu beeinflussen. Werbung in den Schulen nimmt zu, Sponsoring von schulischen Aktivitäten ist weit verbreitet und für viele Schulen inzwischen fast unverzichtbare Einnahmequelle. Schülerinnen und Schüler bilden für die Wirtschaft eine attraktive Zielgruppe. Für die PR-Branche werden Sponsoring und Werbung in den Schulen immer wichtiger mit dem Ziel, Kinder und Jugendliche ohne Streuverluste als Kunden zu gewinnen. Die Länder haben die Schulen für Sponsoring und zum Teil auch für Werbung geöffnet. Dabei stehen die Schulen im Konflikt zwischen möglichen Zusatzeinnahmen und dem ebenso möglichen Verlust pädagogischer Autonomie.

Dieser Band enthält Beiträge aus Sicht der Verbraucherpolitik, Pädagogik und Wirtschaft sowie zwei Studien zum Stand der Forschung über den Einfluss von Werbung auf das Konsumverhalten von jungen Leuten und zum aktuellen Stand von Werbung und Sponsoring in Schulen.

2006
240 Seiten, 29,90 Euro
ISBN 3-8305-1136-1



Vorschau auf Frühjahr 2006

Hat der ländliche Raum eine Zukunft?
in Vorbereitung Mai 2006, ISBN 3-8305-1167-1

BWV · BERLINER WISSENSCHAFTS-VERLAG GmbH
Axel-Springer-Straße 54 b, 10117 Berlin
Telefon: (030) 84 17 70-0 · Telefax: (030) 84 17 70-21
E-Mail: bwv@bwv-verlag.de · Internet: www.bwv-verlag.de

Berliner Sparkasse: 930 042 425, BLZ 100 500 00
Postbank Berlin: 28 875 101, BLZ 100 100 00
Bank für Sozialwirtschaft: 3 239 900, BLZ 100 205 00,
IBAN DE84 1002 0500 0003 2399 00, SWIFT (BIC) BFSWDE31BER
Umsatzsteuer-Nr.: DE 136 766 998
Steuer-Nr.: 37/260/20650

Bei Buchbestellungen genügt die Angabe der ISBN. Die Preise gelten zzgl. Porto.

Hiermit bestelle ich:

Anzahl	Titel
	Band 1: Verbraucherforschung in Deutschland
	Band 2: Bauverträge mit Verbrauchern und die VOB Teil B
	Band 3: „PISA“ in der Verbraucherbildung
	Band 4: Wirtschaftsfaktor Verbraucherinformation
	Band 5: Consumer Watchdogs – eine Option für die liberalisierten Märkte in Deutschland?
	Band 6: Allgemeine Bedingungen für Netzanschluss und Stromversorgung versus AGB-Recht
	Band 7: Schuldenreport 2006
	Band 8: Werbung und Sponsoring in der Schule
	Band 9: Hat der ländliche Raum eine Zukunft?
	kostenloser Gesamtkatalog

Absender

Vorname/Name

Institution

Straße/Hausnummer

PLZ/Ort

Datum

Unterschrift

Sie haben das Recht, die Bestellung innerhalb von 14 Tagen nach Lieferung zu widerrufen. Der Widerruf bedarf keiner Begründung. Er muss jedoch schriftlich, auf einem dauerhaften Datenträger oder durch Rücksendung der Ware an Ihren Buchhändler oder an den BWV – Berliner Wissenschafts-Verlag GmbH, Axel-Springer-Str. 54 b, 10117 Berlin erfolgen. Zur Fristwahrung genügt die rechtzeitige Absendung des Widerrufs oder der Ware (Datum des Poststempels). Die Kosten für die Rücksendung liegen beim Rücksender.

Datum / Zweite Unterschrift

Berliner Wissenschafts-Verlag
Axel-Springer-Str. 54 b · 10117 Berlin

Der Verbraucherzentrale Bundesverband ist die Dachorganisation der 16 Verbraucherzentralen und von 22 weiteren Verbraucherverbänden. Die Stimme der Verbraucher.

Er trägt die Anliegen der Verbraucher in die Öffentlichkeit und wirkt auf die Politik ein, Spielregeln für einen fairen und transparenten Markt zu schaffen.

Die Schriftenreihe zur Verbraucherpolitik bietet der verbraucherorientierten Forschung ein Forum für Beiträge aus allen wissenschaftlichen Disziplinen.

www.vzbv.de

verbraucherzentrale

Bundesverband