

Verbraucherschutz bez. die rechtl. Vorschriften z. Schutz der Interessen der Konsumenten gg. Übervorteilungen im Wirtschaftsleben. Sie können sowohl Maßnahmen z. Sicherstellung des Anbieterwettbewerbs als auch Informations- u. Publikationsverpflichtungen (Kennzeichnung, Beratung u. ä.), Sicherheitsvorschriften (insbes. bei Lebensmitteln, Haushaltschemikalien u. Medikamenten) wie Bestimmungen z. Haftung u. z. Verhütung v. Täuschungen beim Kauf umfassen. Notwendig ist V. als Ausgleich z. strukturellen Schwäche des einzelnen Verbrauchers gegenüber der Macht der Produzenten mittels Organisation, Angebot, Information u. Werbung u. angesichts der Unübersichtlichkeit der Produktions- u. Konsumvorgänge für den einzelnen Endverbraucher. Ziel ist die Stärkung der Handlungs- u. Entscheidungsfreiheit der Konsumenten durch die Verbesserung ihrer Informationsgrundlage. In zunehmendem Maß versuchen nichtstaatl. Organisationen mittels aufklärender Verbraucherberatung sowie durch besondere

Kennzeichnung v. Waren (Gütesiegel) der Flut der Angebote u. den problemat. Folgen des Konsumierens gegenzusteuern (Konsum); sie können bei der Produktbeurteilung gezielt ökolog., soz., entwicklungspolit. u. ä. Kriterien zugrunde legen u. dadurch den Verbraucher in seiner eigenen Mit-Verantwortung sensibilisieren.

Lit.: **W. Korff u. a.** (Hg.): Hb. der Wirtschaftsethik, Bd. 3. Gt 1999, 463–486. – **G. Borchert:** V.-Recht. M 1994; **R. Martis:** V. M 1998.
KONRAD HILPERT