

Franziska Rischkowsky

Europäische Verbraucherpolitik

Theoretische Grundlagen und neue Probleme
am Beispiel des Internet

Metropolis-Verlag
Marburg 2007

Inhalt

Teil I: Europäische Verbraucherpolitik

Kapitel 1: Einleitung und Aufbau der Arbeit	19
Kapitel 2: Europäische Verbraucherpolitik im Überblick	25
2.1. Verbraucherschutz und Verbraucherpolitik: Begriffe, Ziele, Instrumente	25
2.2. Europäische Verbraucherpolitik: Grundlagen, Entwicklung, Bedeutung	29
2.2.1. Entstehung und Entwicklung der EU- Verbraucherpolitik	30
2.2.2. Ziele der europäischen Verbraucherschutzpolitik.....	38
2.2.3. Besonderheiten der europäischen Verbraucherschutzpolitik	40
2.3. Die Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofes	42
2.3.1. Die Entwicklung der Europäischen Verbraucherpolitik durch die Rechtsprechung des EuGH	43
2.3.2. Das Verbraucherleitbild des EuGH.....	47

Teil II: Grundlagen einer modernen Verbraucherpolitik aus ökonomischer Sicht

Kapitel 3: Einführung und Problemstellung	53
Kapitel 4: Unvollkommene Information zur Begründung staatlicher Verbraucherpolitik	61
4.1. Grundlagen	61

4.2. Folgen der asymmetrischen Informationsverteilung	63
4.2.1. Adverse Selektion	63
4.2.2. Moral Hazard	65
4.3. Verbraucherpolitik aus Sicht der Informationsökonomik	65
4.3.1. Marktliche Lösungen	67
4.3.2. Probleme marktlicher Lösungsmechanismen	71
4.3.3. Staatliche Lösungen	73
4.4. Zwischenergebnis und kritische Diskussion der Informationsökonomik	76
 Kapitel 5: Externe und interne Handlungsdeterminanten: ein breiterer ökonomischer Ansatz	83
5.1. Vorüberlegungen	83
5.2. Externe Handlungsdeterminanten des Verbraucherverhaltens: Institutionelle Einflussfaktoren	88
5.2.1. Neue Institutionenökonomik und ihr Untersuchungsgegenstand	88
5.2.2. Annahmen der Neuen Institutionenökonomik	89
5.2.3. Transaktionsart, Transaktionspartner und Transaktionskosten als Determinanten des Verbraucherverhaltens	91
5.2.3.1. Die Bedeutung der Art der Transaktion	86
5.2.3.2. Zur Bedeutung des Transaktionspartners	87
5.2.3.3. Zur Bedeutung der Transaktionskosten	90
5.2.4. Weitere institutionelle Faktoren	96
5.2.5. Verbraucherpolitik aus Sicht der Neuen Institutionenökonomik	98
5.2.6. Zwischenfazit: Erklärungsgehalt der äußeren Handlungsdeterminanten für das Konsumentenverhalten	102
5.3. Interne Handlungsdeterminanten: Empirische Grundlagen des Verbraucherverhaltens	103
5.3.1. Kognitive Grundlagen des Verbraucherverhaltens	103

5.3.1.1. Das Konzept der Bounded Rationality.....	98
5.3.1.2. Das Konzept mentaler Modelle.....	100
5.3.1.3. Zu den Ergebnissen der Behavioral Economics: Kognitive Grundlagen des Verbraucherverhaltens	103
5.3.1.4. Notwendigkeit der Erweiterung	118
5.3.2. Weitere Determinanten der Informationssuche und des Entscheidungsverhaltens.....	126
5.3.2.1. Determinanten des Konsumentenverhaltens.....	126
5.3.2.2. Arten der Konsumwahlentscheidungen	123
5.4. Zwischenfazit	134

Kapitel 6: Äußere und innere Handlungsdeterminanten der Konsumententscheidung als zentrale Anknüpfungspunkte einer modernen Verbraucherpolitik.....	137
--	------------

Teil III: Europäische Verbraucherpolitik im Bereich des elektronischen Geschäftsverkehrs

Kapitel 7: Die Regelungen der europäischen Verbraucher- politik im Bereich des elektronischen Geschäftsverkehrs.....	145
7.1. Bedeutung, Vorteile und Risiken des Internethandels	139
7.2. Verbraucherprobleme im Internet	148
7.3. Richtlinie über den Verbraucherschutz bei Vertragsabschlüssen im Fernabsatz.....	156
7.3.1. Geltungsbereich der Fernabsatzrichtlinie und ihre Anwendbarkeit auf das Internet.....	157
7.3.2. Verbraucherschutzpolitische Instrumente der Fernabsatzrichtlinie.....	158
7.3.2.1. Regelungen zu den Informationspflichten	153
7.3.2.2. Regelungen zum Widerrufsrecht	155
7.3.2.3. Regelungen zur Vertragserfüllung sowie weitere Regelungen.....	156

7.3.3. Ausnahmen von der Fernabsatzrichtlinie.....	163
7.3.3.1. Aus der Fernabsatzrichtlinie ausgenommene Sachgebiete	157
7.3.3.2. Ausnahmen im Bereich der Informationspflichten und des Widerrufsrechts.....	158
7.4. Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr	166
7.4.1. Entstehungsgeschichte und Anwendungsbereich	166
7.4.2. Neuerungen und verbraucherschutzpolitisch bedeutsame Instrumente der eCommerce-Richtlinie	168
7.4.2.1. Einführung des Herkunftslandprinzips für Unternehmen.....	168
7.4.2.2. Regelung der Informationspflichten	164
7.4.2.3. Regelungen zur kommerziellen Kommunikation	165
7.4.2.4. Regelungen zur Erstellung von Verhaltenskodizes	165
7.4.2.5. Ausnahmeregelungen.....	166
7.5. Weitere für den eCommerce relevante Richtlinien	173
7.5.1. Die Richtlinie über Finanzdienstleistungen im Fernabsatz	173
7.5.2. Die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken im „binnenmarktinternen B2C-Geschäftsverkehr“.....	177
7.5.3. Richtlinie über missbräuchliche Klauseln in Verbraucherverträgen.....	182
7.5.4. Richtlinie über die Verarbeitung personenbezogener Daten und den Schutz der Privatsphäre in der elektronischen Kommunikation	183
7.6. Empirische Anhaltspunkte zur bisherigen Praxis im Bereich des B2C-eCommerce.....	183

Kapitel 8: Ökonomische Bewertung der verbraucherpolitisch relevanten Regelungen des eCommerce auf EU-Ebene	189
8.1. Verbraucherpolitische Regelungen der EU im Bereich des eCommerce: unnötige Harmonisierungsbestrebungen oder notwendiger Schutz?	191
8.2. Zur Bewertung der Regulierung von Informationspflichten	197
8.2.1. Die Bewertung von Informationspflichten aus informationsökonomischer Sicht	199
8.2.2. Die Bewertung von Informationspflichten aus Sicht der weiteren ökonomischen Ansätze.....	209
8.2.2.1. Anmerkungen aus Sicht der Neuen Institutionenökonomik	209
8.2.2.2. Anmerkungen aus Sicht der verhaltenswissenschaftlichen Ansätze	207
8.3. Bewertung der Regelungen zum Widerrufsrecht	218
8.3.1. Bewertung aus Sicht der Informationsökonomik.....	218
8.3.2. Bewertung aus Sicht der weiteren ökonomischen Ansätze.....	226
8.4. Bewertung von Eingriffen in die Vertragsfreiheit.....	230
8.4.1. Bewertung aus informationsökonomischer Sicht	231
8.4.2. Bewertung aus Sicht der weiteren ökonomischen Ansätze.....	235
8.5. Zusammenfassende Betrachtung der zurückliegenden Untersuchungsergebnisse	239
8.5.1. Der Einfluss der betrachteten Richtlinien auf die externen und internen Handlungsdeterminanten.....	242
8.5.2. Zur Kritik an verbraucherpolitischen Maßnahmen der EU im Bereich des eCommerce	248
Kapitel 9: Zusammenfassung der Ergebnisse	257
Literaturverzeichnis.....	261