

Beiträge zur Verbraucherforschung

herausgegeben von

Dr. Christian Bala

für das Kompetenzzentrum Verbraucherforschung NRW (KVF NRW) und

Wolfgang Schuldzinski

für die Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e.V.

ISSN 2197-943X

Band 8

Das 2011 gegründete KVF NRW hat die Aufgabe, die Verbraucherforschung zu unterstützen, um so eine Wissensbasis als Grundlage für effizientes verbraucher- und wirtschaftspolitisches Handeln zu schaffen. Mit den „Beiträgen zur Verbraucherforschung“ dokumentiert das KVF NRW seine Workshops, die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern verschiedener Fachrichtungen die Gelegenheit bieten, sich interdisziplinär über verbraucherrelevante Fragen auszutauschen. Diese halbjährlichen Tagungen sollen die Diskussion zwischen Wissenschaft, Politik und Verbraucherorganisationen anregen. Die Schriftenreihe „Beiträge zur Verbraucherforschung“ präsentiert sowohl die Vielfalt der Fragestellungen und Disziplinen als auch die Pluralität von Theorien und Methoden. Dies wird durch die Farbgebung der Umschläge unterstrichen: So wie sich das Licht aus verschiedenen Komponenten, den Spektralfarben, zusammensetzt, verstehen wir die Verbraucherforschung als ein gemeinsames Anliegen, das ein breites Spektrum an Zugängen und Themen vereint.

Das KVF NRW ist ein Kooperationsprojekt der Verbraucherzentrale NRW e.V. mit dem Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz (MULNV) und dem Ministerium für Kultur und Wissenschaft (MKW) des Landes Nordrhein-Westfalen.

Christian Bala und Wolfgang Schuldzinski (Hrsg.)



Jenseits des Otto Normalverbrauchers

Verbraucherpolitik in Zeiten des „unmanageable
consumer“

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

1. Auflage, 2018

© Verbraucherzentrale NRW, Düsseldorf

Der Text dieses Werkes ist, soweit nichts anderes vermerkt ist, urheberrechtlich geschützt. Einzelne Beiträge dieses Werkes stehen unter Creative-Commons-Lizenzen. Die Lizenzen gelten ausschließlich für die Texte des Werkes, nicht für die verwendeten Logos und Bilder. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz oder durch die Creative-Commons-Lizenzen zugelassen sind, bedürfen der vorherigen Zustimmung der Autorinnen und Autoren sowie der Verbraucherzentrale NRW. Das Kennzeichen „Verbraucherzentrale“ ist als Gemeinschaftswort- und Bildmarke geschützt (Nr. 007530777 und 006616734). Das Werk darf ohne Genehmigung der Verbraucherzentrale NRW nicht mit (Werbe-)Aufklebern o. Ä. versehen werden. Die Verwendung des Werkes durch Dritte darf nicht den Eindruck einer Zusammenarbeit mit der Verbraucherzentrale NRW erwecken.

ISSN 2197-943X

ISBN PRINT 978-3-86336-919-4

ISBN E-BOOK (PDF) 978-3-86336-920-0

DOI 10.15501/978-3-86336-920-0

Printed in Germany

Inhalt

- 7 **Einleitung: One size does not fit all!**
Christian Bala und Wolfgang Schuldzinski
- 19 **Leitbilder, Erlebnisse und die mentale Dimension des modernen Konsums**
Kai-Uwe Hellmann
- 53 **Mit dem Verbraucher Politik machen?**
Kathrin Loer und Alexander Leipold
- 77 **Demografiegerechtes Verbraucherrecht?**
Stefan Müller und Vanessa Kluge
- 97 **Crowdfunding und mündige Verbraucher**
Patrick Linnebach
- 117 **Geflüchtete als Verbraucher**
Katharina Witterhold
- 141 **Vom Prosumenten zum Conpreneur**
Michael-Burkhard Piorkowsky
- 163 **Verbraucherorientierter Datenschutz**
Ali Sunyaev, Tobias Dehling und Manuel Schmidt-Kraepelin
- 181 **Privatsphäre im Internet**
Mirja Kroschke
- 197 **Thesen: Jenseits des Otto Normalverbrauchers**
Kompetenzzentrum Verbraucherforschung NRW
- 207 **Impressum**