

Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte (JWG) 2006/1:

Verbraucherschutz in internationaler Perspektive/Consumer Protection in International Perspective

I. Abhandlungen und Studien

Christian Kleinschmidt: Verbraucherschutz und Wirtschaftsgeschichte, in: Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte (JWG) 2006/1, S. 9-12.

Christian Kleinschmidt: Konsumgesellschaft, Verbraucherschutz und Soziale Marktwirtschaft. Verbraucherpolitische Aspekte des "Modell Deutschland" (1947-1975), in: Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte (JWG) 2006/1, S. 13-28.

Iselin Theien: From information to protection: Consumer politics in Norway and Sweden in the 1960s and 1970s, in: Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte (JWG) 2006/1, S. 29-43.

Matthew Hilton: Consumer Protection in the United Kingdom, in: Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte (JWG) 2006/1, S. 45-60.

Patricia L. Maclachlan: The Evolution of Consumer Protection in Postwar Japan, in: Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte (JWG) 2006/1, S. 61-76.

Gunnar Trumbull: National Varieties of Consumerism, in: Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte (JWG) 2006/1, S. 77-93.

II. Diskussion

Claude Diebolt and Cédric Doliger: Becker versus Easterlin. A Cliometric Contribution to Population Dynamics in France after World War II, in: Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte (JWG) 2006/1, S. 97-110.

Hartmut Kiehling: How Efficient were German Stock Markets in 1836-1848?, in: Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte (JWG) 2006/1, S. 111-141.

III. Forschungs- und Literaturberichte

Diane Dammers und Hendrik Fischer: Die Performance der deutschen Wirtschaft – Die Entwicklung der Großunternehmen im 20. Jahrhundert im europäischen Vergleich, in: Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte (JWG) 2006/1, S. 145-158.

Christos P. Baloglou: The Diffusion of the Ideas of Saint-Simon in the Hellenic State and their Reception thereby (1825-1837), in: Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte (JWG) 2006/1, S. 159-175.

Michiyoshi Oshima: Von der Rüstungsfinanzierung zum Reichsbankgesetz 1939, in: Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte (JWG) 2006/1, S. 177-217.

Abstracts

I. Abhandlungen und Studien

Christian Kleinschmidt: Konsumgesellschaft, Verbraucherschutz und Soziale Marktwirtschaft. Verbraucherpolitische Aspekte des "Modell Deutschland" (1947-1975)

Abstract

The establishment of institutions dealing with consumer protection, consumer information, and product testing in the Federal Republic of Germany was a long-termed process. It proceeded as a parallel development to the emergence of the mass consumer society and to the transition from a guided to a competitive market economy. Yet the Germans had to learn how to deal with the free market and competition, especially after the years of National Socialism and those ensuing years of occupation during which the principles of the free market economy had been suspended. The rapidly growing range in products and the lack of sufficient consumer information then made excessive demands of these new consumers. In this context consumer information marked a development from a protected to a sovereign consumer. This process ran parallel to the discussion of democratisation, "co-management" and antitrust law in the 1950s and 1960s. With continued opposition from industry, recommendations made by the Stiftung Warentest only met with broad acceptance after the Supreme Court ruling of 1975. Consumer protection and consumer information became at last an essential part of the economic policy and an important element of the corporatist "German Model" in the 1970s.