

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis.....	XIII
A. Einleitung.....	1
B. Die Situation der Unternehmen und Verbraucher in Deutschland	5
I. Die Situation der Unternehmen	5
II. Die Situation der Verbraucher	10
III. Ergebnis	16
C. Die Situation der Unternehmen und Verbraucher in den Vereinigten Staaten von Amerika.....	17
I. Die Situation der Unternehmen	17
II. Die Situation der Verbraucher	23
D. Das Verbraucherinformationsgesetz (VIG).....	27
I. Die Entstehung.....	27
1. Bundesebene	27
2. Länderebene.....	31
II. Das Ziel des Gesetzes	33
III. Die Änderungen des Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuches und des Weingesetzes	34
IV. Der Informationszugang	35
1. Begrifflichkeiten	35
2. Die Zugangsvoraussetzungen	42
3. Die Ausschluss- und Beschränkungstatbestände.....	45
4. Der Informationszugang durch Antrag.....	54
5. Die aktive Informationsvergabe ohne Antrag	60
V. Das VIG in der Praxis	61
VI. Ergebnis	66
E. Der Freedom of Information Act.....	69
I. Entwicklung und Allgemeines.....	69
II. Die Ausnahmetatbestände.....	75

III. Das Antragsverfahren	89
IV. Der FOIA in der Praxis	91
V. Ergebnis	95
F. Die Grundrechtslage in Deutschland.....	97
I. Die einschlägigen Grundrechte der Unternehmen.....	97
1. Der verfassungsrechtliche Schutz von Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen.....	97
2. Die wirtschaftliche Betätigungsfreiheit	113
3. Die Meinungsfreiheit	115
4. Ergebnis	116
II. Die entgegenstehenden Grundrechte der Verbraucher.....	117
1. Einführung	117
2. Grundrechtlicher Anspruch auf Informationen	117
3. Der Schutz von Leben und körperlicher Unversehrtheit	123
4. Die wirtschaftliche Betätigungsfreiheit und die Eigentumsgarantie.....	127
5. Die Gewissensfreiheit	129
6. Das Recht auf Bildung	130
7. Ergebnis	131
III. Abwägung der Grundrechte.....	132
IV. Ergebnis	147
G. Die Grundrechtslage in den Vereinigten Staaten von Amerika	151
I. Entwicklung und Allgemeines	151
II. Die einschlägigen Grundrechte der Unternehmen.....	152
1. Der Schutz der Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse	152
2. Die Vertragsfreiheit.....	157
3. Die Meinungsfreiheit	159
4. Ergebnis	160
III. Die entgegenstehenden Rechte der Verbraucher	160
1. Das Recht auf Informationen.....	161
2. Die Eigentumsgarantie	162
3. Die Vertragsfreiheit.....	162
4. Die Religionsfreiheit	162
5. Das Recht auf Leben und körperliche Unversehrtheit	163
6. Ergebnis	163

IV. Abwägung der Grundrechte.....	164
V. Ergebnis	168
 	,
H. Vergleich zwischen der Lage in Deutschland und den Vereinigten Staaten von Amerika	171
 	,
I. Ergebnis.....	183
 	,
Literaturverzeichnis.....	189