

# 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