



KVF | NRW

Kompetenzzentrum Verbraucherforschung Nordrhein-Westfalen

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 5

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, wird die Verbraucherforschung als ein gemeinsames Anliegen verstanden, das ein breites Spektrum an Zugängen und Themen vereint.

Das KVF NRW ist ein Kooperationsprojekt der Verbraucherzentrale NRW e. V. mit dem Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz (MKULNV) und dem Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung (MIWF) des Landes Nordrhein-Westfalen.



Ministerium für Klimaschutz, Umwelt,
Landwirtschaft, Natur und Verbraucherschutz
des Landes Nordrhein-Westfalen



Ministerium für Innovation,
Wissenschaft und Forschung
des Landes Nordrhein-Westfalen



Christian Bala und Wolfgang Schuldzinski (Hrsg.)



Schöne neue Verbraucherwelt?

Big Data, Scoring und das Internet der Dinge

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, 2016

© 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.

Die in diesem Band versammelten Beiträge geben die Meinung und die wissenschaftlichen Erkenntnisse der Autorinnen und Autoren wieder und müssen nicht mit den Meinungen und Positionen des KVF NRW, der Verbraucherzentrale NRW e. V., des MKULNV und des MIWF übereinstimmen.

ISSN 2197-943X

ISBN Print 978-3-86336-911-8

ISBN E-Book (PDF) 978-3-86336-912-5

DOI 10.15501/978-3-86336-912-5

Printed in Germany

Gedruckt auf 100 Prozent Recyclingpapier.

Inhalt

- 7 **Einleitung: Schöne neue Verbraucherwelt?
Big Data, Scoring und das Internet der Dinge**
Christian Bala und Wolfgang Schuldzinski

- 21 **Ferngesteuert oder selbstgesteuert
Perspektiven der digitalen Gesellschaft**
Dirk Helbing

- 47 **Der Verbraucher als Datenlieferant
Rechtliche Aspekte von „smarten“ Produkten**
Barbara Kolany-Raiser

- 67 **Sicherheit der Verbraucher in vernetzten Fahrzeugen**
Kerstin Lemke-Rust

- 91 **Smart Grid: Chancen und Risiken für Verbraucher**
Ulrich Greveler

- 109 **Der digital verführte, ahnungslose Verbraucher
Verbraucherpolitisches Handeln bei wachsenden
Manipulationsmöglichkeiten des Verbraucherinteresses
durch unkontrollierbare Datenauswertung der Unternehmen**
Michael Schleusener und Sarah Hosell

- 131 **Zusammenfassende Thesen**
Kompetenzzentrum Verbraucherforschung NRW

- 139 **Autorenverzeichnis**
- 140 **Impressum**

