Bundesrat Drucksache **216/94**

18.03.94 15 Seiten

G - FJ - R

Gesetzentwurf
der Bundesregierung

Entwurf eines Gesetzes über die Werbung für Säuglingsanfangsnahrung und Folgenahrung (Säuglingsnahrungswerbegesetz - SNWG)

A. Zielsetzung

Das vorliegende Gesetz dient dazu, in der Richtlinie der Kommission über Säuglingsanfangsnahrung und Folgenahrung enthaltene Bestimmungen über Einschränkungen der Werbung für diese Erzeugnisse in das nationale Recht umzusetzen.

B. Lösung

Für die Umsetzung der in der Richtlinie der Kommission über Säuglingsanfangsnahrung und Folgenahrung enthaltenen Werberegeln ist ein Gesetz erforderlich, da Ermächtigungen zum Erlaß entsprechender Rechtsvorschriften durch eine Rechtsverordnung nicht gegeben sind.

C. Alternativen

Keine

D. Kosten

Dem Bund entstehen durch das Gesetz keine Kosten.

Fristablauf: 29.04.94

...

Vertrieb: Bundesanzeiger Verlagsgesellschaft mbH, Postfach 1320, 53003 Bonn
Telefon: 0228/3820840, Telefax: 0228/3820844
ISSN 0720-2946

Den Ländern entstehen durch das Gesetz überwiegend keine oder keine nennenswerten Mehrkosten.

Auswirkungen auf Einzelpreise und das Verbraucherpreisniveau sind nicht zu erwarten.

Bundesrat **Drucksache 216/94**

18.03.94

G - FJ - R

Gesetzentwurf
der Bundesregierung

Entwurf eines Gesetzes über die Werbung für Säuglingsanfangsnahrung und Folgenahrung (Säuglingsnahrungswerbegesetz - SNWG)

Bundesrepublik Deutschland
Der Bundeskanzler

Bonn, den 18. März 1994

021 (313) - 231 02 - Sa 2/94

An den
Präsidenten des Bundesrates

Hiermit übersende ich gemäß Artikel 76 Abs. 2 des Grundgesetzes den von der Bundesregierung beschlossenen

> Entwurf eines Gesetzes über die Werbung für Säuglingsanfangsnahrung und Folgenahrung (Säuglingsnahrungswerbegesetz - SNWG)

mit Begründung und Vorblatt.

Federführend ist das Bundesministerium für Gesundheit.

Fristablauf: 29.04.94

Drucksache 216/94

Entwurf eines Gesetzes
über
die Werbung
für Säuglingsanfangsnahrung und Folgenahrung (Säuglingsnahrungswerbegesetz - SNWG)*

Vom .....

Der Bundestag hat mit Zustimmung des Bundesrates das folgende Gesetz beschlossen:

---

* Dieses Gesetz dient der Umsetzung der Artikel 7 Abs. 7 Buchstabe b, 8 und 9 Abs. 2 und Abs. 3 der Richtlinie 91/321/EWG der Kommission vom 14. Mai 1991 über Säuglingsanfangsnahrung und Folgenahrung (ABl. EG Nr. L 175 S. 35).

§ 1

Anwendungsbereich

(1) Dieses Gesetz regelt die Werbung für Säuglingsanfangsnahrung und Folgenahrung.

(2) Unberührt bleiben sonstige Vorschriften über die Werbung.

§ 2

Begriffsbestimmungen

Im Sinne dieses Gesetzes sind:

1. Säuglinge: Kinder unter 12 Monaten;

2. Kleinkinder: Kinder zwischen ein und drei Jahren;

3. Säuglingsanfangsnahrung:
   Lebensmittel, die für die besondere Ernährung von Säuglingen während der ersten vier bis sechs Lebensmonate bestimmt sind und für sich allein den Ernährungserfordernissen dieser Personengruppe entsprechen;

4. Folgenahrung:
   Lebensmittel, die für die besondere Ernährung von Säuglingen über vier Monate bestimmt sind und den größten flüssigen Anteil einer nach und nach abwechslungsreicheren Kost dieser Personengruppe ausmachen.

§ 3
Einschränkungen der Werbung

(1) Es ist verboten, Werbung für Säuglingsanfangsnahrung oder Folgenahrung zu betreiben, die

1. nicht die notwendigen Informationen über die bestimmungsgemäße Verwendung dieser Erzeugnisse vermittelt;

2. darauf gerichtet ist, vom Stillen abzuhalten;

3. die Begriffe "humanisiert", "maternisiert" oder gleichsinnige Begriffe verwendet;

4. den Begriff "adaptiert" verwendet, wenn das Erzeugnis die in der Anlage für diesen Begriff festgelegten Anforderungen nicht erfüllt.

(2) Darüber hinaus ist es verboten, Werbung für Säuglingsanfangsnahrung zu betreiben, die

1. andere die Zusammensetzung betreffende Werbeaussagen als die in der Anlage aufgeführten verwendet;

2. die in der Anlage in den Nummern 2 bis 6 genannten Werbeaussagen verwendet, wenn das Erzeugnis die dort festgelegten Anforderungen nicht erfüllt;

3. in anderen als wissenschaftlichen oder der Säuglingspflege gewidmeten Veröffentlichungen erscheint;

4. andere als sachbezogene und wissenschaftliche Informationen enthält; diese dürfen nicht den Eindruck erwecken oder darauf hindeuten, daß Flaschennahrung der Muttermilch gleichwertig oder überlegen ist;

5. Kinderbilder oder andere Bilder, ausgenommen Zeichnungen zur leichteren Identifizierung des Erzeugnisses oder zur Illustration der Zubereitung, enthält oder durch einen bestimmten Wortlaut den Gebrauch des Erzeugnisses idealisiert;

6. nicht einen deutlich sichtbaren und als "wichtig" bezeichneten Hinweis auf die Überlegenheit des Stillens enthält mit der Empfehlung, das Erzeugnis nur auf den Rat unabhängiger Fachleute auf dem Gebiet der Medizin, der Ernährung, des Arzneimittelwesens oder der Säuglings- und Kinderpflege zu verwenden;

7. die Verbraucher im Sinne des § 6 Abs. 1 des Lebensmittel- und Bedarfsgegenständegesetzes durch Verteilung von Proben, Abgabe kostenloser oder verbilligter Erzeugnisse oder durch andere zusätzliche Kaufanreize, sei es direkt oder indirekt über in der Gesundheitsvorsorge tätige Institutionen oder Personen, zum Kauf anregt.

§ 4
Materialien und Gegenstände zu Informations- und Ausbildungszwecken

(1) Geschriebenes oder audiovisuelles Material über die Ernährung von Säuglingen, das sich an schwangere Frauen und Mütter von Säuglingen und Kleinkindern zu Informations- und Ausbildungszwecken richtet und mittelbar der Werbung für Säuglingsanfangsnahrung oder Folgenahrung dient, darf nur verteilt werden, wenn es klare Auskünfte gibt über:

1. den Nutzen und die Vorzüge des Stillens;

2. die Ernährung der Mutter sowie die Vorbereitung auf das Stillen und Möglichkeiten zur Fortsetzung des Stillens;

3. die mögliche negative Auswirkung der zusätzlichen Flaschennahrung auf das Stillen;

4. die Schwierigkeit, den Entschluß, nicht zu stillen, rückgängig zu machen;

5. erforderlichenfalls die sachgemäße Verwendung der industriell hergestellten oder zu Hause zubereiteten Säuglingsanfangsnahrung.

(2) Wenn das Material im Sinne des Absatzes 1 Informationen über die Verwendung von Säuglingsanfangsnahrung enthält, darf es darüber hinaus nur verteilt werden, wenn es Auskunft über die sozialen und finanziellen Auswirkungen dieser

Verwendung sowie über die Gefährdung der Gesundheit durch die Verwendung nicht geeigneter Lebensmittel, durch unangemessene Ernährungsmethoden und durch unsachgemäße Verwendung von Säuglingsanfangsnahrung gibt.

(3) Es ist verboten, Material im Sinne des Absatzes 1 zu verteilen, in oder auf denen Bilder verwendet werden, mit denen die Verwendung von Säuglingsanfangsnahrung idealisiert wird.

(4) Herstellern und Händlern von Säuglingsanfangsnahrung und Folgenahrung ist es verboten, kostenlos Gegenstände zu Informations- und Ausbildungszwecken, welche mittelbar der Werbung für Säuglingsanfangsnahrung oder Folgenahrung dienen, zu verteilen. Dies gilt nicht, wenn diese Gegenstände auf Wunsch über in der Gesundheitsvorsorge tätige Institutionen abgegeben werden. In diesem Fall dürfen diese Gegenstände nicht mit Handelsmarken für Säuglingsanfangsnahrung oder Folgenahrung versehen sein. Die weiteren Anforderungen an die Verteilung richten sich nach Landesrecht.

§ 5
Überwachung

Für die Überwachung der in diesem Gesetz festgelegten Gebote und Verbote sind die §§ 40 bis 41 Abs. 4, §§ 42 bis 43 a, § 44 Nr. 1 und 2 erster Halbsatz, § 45 erster Halbsatz und § 46 des Lebensmittel- und Bedarfsgegenständegesetzes und die aufgrund dieser Vorschriften erlassenen Rechtsverordnungen entsprechend anzuwenden.

§ 6
Bußgeldvorschriften

(1) Ordnungswidrig handelt, wer vorsätzlich oder fahrlässig

1. entgegen § 3 Werbung betreibt oder
2. entgegen § 4 Abs. 1 bis 3 oder 4 Satz 1 einen Gegenstand oder Material verteilt.

(2) Die Ordnungswidrigkeit kann mit einer Geldbuße bis zu fünfzigtausend Deutsche Mark geahndet werden.

(3) Gegenstände, auf die sich die Ordnungswidrigkeit bezieht, können eingezogen werden.

§ 7
Inkrafttreten

(1) Dieses Gesetz tritt am Tage nach der Verkündung in Kraft.

(2) Werbematerial nach § 3 und Materialien und Gegenstände nach § 4, die zum Zeitpunkt des Inkrafttretens dieses Gesetzes nach den bisher geltenden Vorschriften hergestellt worden sind, dürfen noch bis zum [einsetzen: erster Tag des siebten auf die Verkündung folgenden Kalendermonats] verwendet werden.

Anlage

Zulässige Werbeaussagen	**Voraussetzung für die Verwendung der Werbeaussage**
1.Adaptiertes Protein	Der Proteingehalt liegt unter 0,6 g/100kJ (2,5 g/100 kcal) bezogen auf das verzehrfertige Erzeugnis und das Verhältnis zwischen Molkenproteinen und Casein beträgt mindestens 1,0
2. Niedriger Natriumgehalt	Der Natriumgehalt liegt unter 9 mg/100 kJ (39 mg/100 kcal) bezogen auf das verzehrfertige Erzeugnis
3. Saccharosefrei	Saccharose ist nicht enthalten
4. Nur Lactose enthalten	Lactose ist das einzige vorhandene Kohlenhydrat
5. Lactosefrei	Lactose ist nicht enthalten
6. Mit Eisen angereichert	Eisen wurde zugesetzt

Begründung

A. Allgemeiner Teil

Mit diesem Gesetz werden die in den

> Artikeln 7 Abs. 7 Buchstabe b, Artikeln 8 und 9 Abs. 2 und 3 der Richtlinie der Kommission vom 14. Mai 1991 über Säuglingsanfangsnahrung und Folgenahrung (91/321/EWG) - ABl. EG Nr. L 175 S. 35 ff.

enthaltenen Bestimmungen, die die Werbung für Säuglingsanfangsnahrung und Folgenahrung betreffen, in deutsches Recht umgesetzt. Die Bestimmungen der Richtlinie, die sich auf die Beschaffenheit, insbesondere die Zusammensetzung und auf die Kennzeichnung dieser Erzeugnisse beziehen, werden in die Diätverordnung übernommen werden.

Die vorgenannten Artikel der Richtlinie sehen insbesondere Regelungen über die Werbung für Säuglingsanfangsnahrung und Folgenahrung sowie die Gestaltung und Verteilung von Materialien und Gegenständen zu Informations- und Ausbildungszwecken, die der mittelbaren Werbung für Säuglingsfertignahrung dienen sollen, vor. Die Bestimmungen entsprechen den Zielen und Grundsätzen des von der 34. Weltgesundheitsversammlung im Jahre 1981 beschlossenen internationalen Kodex für die Vermarktung von Muttermilchersatz.

Das vorliegende Gesetz enthält entsprechend der Richtlinie Einschränkungen der Werbung für Säuglingsanfangsnahrung und Folgenahrung, die die Gestaltung und die Verwendung bestimmter Werbeaussagen und Werbeträger betreffen. Darüber hinaus sind zur Beschränkung der Werbung für Säuglingsanfangsnahrung Regelungen über die Verteilung von Proben und anderen Werbegeschenken enthalten.
Das Gesetz enthält außerdem Bestimmungen, die dem Anliegen Rechnung tragen, bereits mit der Werbung für Säuglingsanfangsnahrung und Folgenahrung für eine bessere und objektivere Information schwangerer Frauen und Mütter von Säuglingen und Kleinkindern zu sorgen, um so auf die angemessene Auswahl und Verwendung von Nahrungsmitteln für ihre Kinder hinzuwirken. Das Gesetz übernimmt nur die nach der Richtlinie zwingend vorgeschriebenen Beschränkungen der Werbung. Es sieht von weiteren nach Artikel 8 Abs. 1 Satz 2 der Richtlinie den Mitgliedstaaten freigestellten zusätzlichen Einschränkungen der Werbung ab.

Die Durchführung des Gesetzes verursacht dem Bund keine Mehrkosten.

Den Ländern und Gemeinden verursacht die Durchführung dieses Gesetzes nach den Angaben von 11 der für die Lebensmittelüberwachung zuständigen obersten Landesbehörden keine bzw. keine nennenswerten Mehrkosten. Nach den Angaben aus dem Land Bayern wird dort ein erheblicher, allerdings nicht näher bezifferter Mehraufwand erwartet. Die zuständige oberste Landesbehörde in Niedersachsen beziffert die Mehrkosten für Personal auf ca. 35.000 DM (entsprechend einer 1/4 Stelle der Besoldungsgruppe BAT IIa/A 13). Die zuständige oberste Landesbehörde in Rheinland-Pfalz schätzt die zusätzlichen Kosten auf 150.000 DM für laufende Personalkosten und 50.000 DM für laufende Sachkosten.

Der betroffenen Wirtschaft können durch die durch dieses Gesetz vorgeschriebene Änderung ihres Werbe- und Informationsmaterials Mehraufwendungen entstehen, die jedoch gemessen an den Gesamtkosten der betroffenen Unternehmen nicht ins Gewicht fallen. Daher sind Auswirkungen auf Einzelpreise sowie auf das Preisniveau, insbesondere das Verbraucherpreisniveau, nicht zu erwarten.

B. Besonderer Teil

Zu § 1:

Hier wird der Anwendungsbereich des Gesetzes festgelegt. Sonstige Vorschriften über die Werbung, z.B. § 17 oder § 18 des Lebensmittel- und Bedarfsgegenständegesetzes, finden neben den Regelungen dieses Gesetzes Anwendung.

Zu § 2:

Die Vorschrift enthält die durch Artikel 1 Abs. 2 der Richtlinie vorgegebenen Begriffsbestimmungen.

Zu § 3:

Absatz 1 regelt Einschränkungen der Werbung, die sowohl für Säuglingsanfangsnahrung als auch für Folgenahrung gelten. Mit diesen Regelungen wird dem Anliegen Rechnung getragen, schwangere Frauen und Mütter und sonstige Personen bei der Auswahl von Nahrungsmitteln und ihrer Zubereitung bereits mit der

Werbung für diese Erzeugnisse angemessen zu informieren und insbesondere Aufschluß über den adäquaten Einsatz des jeweiligen Erzeugnisses zu vermitteln. Der Inhalt der Informationen, die im Einzelfall vermittelt werden müssen, ist abhängig von der konkreten Werbeaussage. Wird beispielsweise mit der Aussage "leichte Zubereitung" geworben, so sind verdeutlichende Informationen über die Zubereitung notwendig. Eine Beeinflussung von Schwangeren und Müttern durch die Werbung dahingehend, das Stillen zu unterlassen, vorzeitig einzuschränken oder aufzugeben, ist untersagt. Untersagt ist auch die Verwendung der Begriffe "humanisiert" und "maternisiert" oder gleichsinniger Begriffe, die auf die Ähnlichkeit oder Gleichwertigkeit des Erzeugnisses mit Muttermilch hindeuten und damit dem Erzeugnis eine Eigenschaft beimessen, wie sie durch die genannten Begriffe zum Ausdruck kommt. Markennamen, die nicht die Ähnlichkeit oder Gleichwertigkeit der Erzeugnisse mit Muttermilch beschreiben, dürfen weiterhin verwendet werden. Die Verwendung des Begriffes "adaptiert" ist nur dann zulässig, wenn die dafür geltenden Voraussetzungen der Anlage erfüllt sind.

Absatz 2 enthält zusätzliche Werbebeschränkungen, die nur für Säuglingsanfangsnahrung gelten.

Es dürfen nach Nummer 1 nur die entsprechend der Richtlinie zulässigen in die Anlage übernommenen Werbeaussagen über die Zusammensetzung von Säuglingsanfangsnahrung verwendet werden. Unter Aussagen über die Zusammensetzung sind grundsätzlich Aussagen über die Zutaten des Erzeugnisses zu verstehen. Andere nicht die Zusammensetzung selbst betreffende Aussagen wie "perliert" oder "süß schmeckend" sind von diesem Verbot nicht erfaßt.

Die über den Begriff "adaptiert" (vgl. § 3 Abs.1 Nr. 4) hinaus für die Werbung für Säuglingsanfangsnahrung zulässigen Werbeaussagen der Nummern 2 bis 6 der Anlage dürfen nach § 3 Abs. 2 Nr. 2 nur verwendet werden, wenn das beworbene Erzeugnis hinsichtlich seiner Zusammensetzung den in der Anlage festgelegten Kriterien entspricht.

Die Werbung für Säuglingsanfangsnahrung wird durch Nummer 3 auf wissenschaftliche Publikationen oder auf solche Veröffentlichungen beschränkt, die sich in ihrer Themenstellung mit Säuglingspflege befassen. Durch diese Beschränkung soll erreicht werden, daß durch die Werbung möglichst nur die Personen angesprochen werden, die ein besonderes Interesse an sachgerechter Information über diesen Bereich haben. Das Verbot einer breiter als in den genannten Publikations-

organen angelegten Werbung soll der Entstehung oder Festigung einer allgemeinen Auffassung dahingehend, daß es sich bei diesen Produkten um eine gängige Ernährungsmöglichkeit für Säuglinge handelt, die mit der Ernährung durch Muttermilch auf einer Stufe steht, entgegenwirken.

Mit der Beschränkung des Inhaltes der Werbung in Nummer 4 auf sachbezogene und wissenschaftlich abgesicherte Informationen soll erreicht werden, daß das Kaufverhalten lediglich durch sachliche Informationen, nicht aber durch verführerische Elemente der Werbung beeinflußt wird.

Durch die Regelung in Nummer 5 soll verhindert werden, daß die Entscheidung der betroffenen Personenkreise zu stillen, durch bildliche Darstellungen in der Werbung für Säuglingsanfangsnahrung negativ beeinflußt wird. Deshalb werden Abbildungen von Kindern sowie sonstige bildliche Darstellungen verboten. Lediglich Zeichnungen zur leichteren Identifizierung des Erzeugnisses oder als Illustration von Zubereitungsmethoden sind zulässig.

Die Hinweise in Nummer 6 sollen die Überlegenheit des Stillens auf die Gesamtentwicklung des Säuglings verdeutlichen. Durch den Hinweis, Säuglingsanfangsnahrung nur auf fachlichen Rat zu verwenden, wird die Bedeutung von Säuglingsanfangsnahrung als Nahrungsersatz lediglich für die Säuglinge, die ihrer tatsächlich bedürfen, schon in der Werbung klargestellt.

Durch Nummer 7 soll die Beeinflussung der Käuferkreise durch Proben oder durch Werbung, die z.B. durch besondere Auslagen, Rabattmarken, Zugabe- und Lockartikel, Sonderangebote oder Koppelungsgeschäfte getätigt wird, verhindert werden. Die Formulierung "indirekt über in der Gesundheitsvorsorge tätige Institutionen oder Personen" ist weit zu verstehen und umfaßt neben der Verteilung über Krankenhäuser und Gesundheitsämter beispielsweise auch die Verteilung über Ärzte, Hebammen, Apotheken und Stillgruppen.

Zu § 4:

Mit den in § 4 enthaltenen Regelungen zu bestimmten Formen der mittelbaren Werbung, die z.B. in Broschüren oder in Lehrfilmen erfolgt, wird auch in diesem Bereich dem Anliegen Rechnung getragen, für eine bessere und objektivere Information schwangerer Frauen und Mütter von Säuglingen und Kleinkindern bei der Auswahl und Verwendung von Nahrungsmitteln für ihre Kinder zu sorgen.

In Absatz 1 bis 3 sind die Bedingungen festgelegt, denen geschriebenes oder audiovisuelles Informationsmaterial über Säuglingsfertignahrung, z.B. Broschüren, Filme oder Tonbänder, zu entsprechen hat. Adressaten sind alle diejenigen, die solches Informationsmaterial, das gleichzeitig der Werbung für Säuglingsfertignahrung dienen soll, verteilen.

Hersteller und Händler unterliegen nach Absatz 4 bei der Verteilung von Gegenständen zu Informations- und Ausbildungszwecken (wie Babywaagen, Fläschchenwärmer oder Wickelpuppen) besonderen Bedingungen. Damit soll mißbräuchlicher Verwendung solcher Gegenstände für die Werbung für Säuglingsanfangsnahrung und Folgenahrung entgegengewirkt werden.

Zu § 5:

Die Vorschriften des Lebensmittel- und Bedarfsgegenständegesetzes werden für die Überwachung dieses Gesetzes für anwendbar erklärt, soweit sie auf den hier geregelten Bereich passen.

Zu § 6:

Ordnungswidrigkeiten.

Zu § 7:

Inkrafttretens- und Übergangsregelung.

Zur Anlage:

Bis zur gemeinschaftsrechtlichen Festlegung von Nachweisgrenzen für Lactose sind die in der amtlichen Sammlung von Untersuchungsverfahren nach § 35 des Lebensmittel- und Bedarfsgegenständegesetzes enthaltenen Analysemethoden bei der Beurteilung der Lactosefreiheit zugrunde zu legen.

Bundesrat Drucksache **216/94** (Beschluß)

29.04.94

Stellungnahme
des Bundesrates

Entwurf eines Gesetzes über die Werbung für Säuglingsanfangsnahrung und Folgenahrung (Säuglingsnahrungswerbegsetz - SNWG)

Der Bundesrat hat in seiner 668. Sitzung am 29. April 1994 gemäß Artikel 76 Abs. 2 des Grundgesetzes beschlossen, zu dem Gesetzentwurf wie aus der Anlage ersichtlich Stellung zu nehmen.

Vertrieb: Bundesanzeiger Verlagsgesellschaft mbH, Postfach 1320, 53003 Bonn
Telefon: 0228/3820640, Telefax 0228/3820644
ISSN 0720-2946

Anlage

S t e l l u n g n a h m e
zum
Entwurf eines Gesetzes
über die Werbung für Säuglingsanfangsnahrung und Folgenahrung
(Säuglingsnahrungswerbegesetz - SNWG)

1. Zum Gesetzentwurf insgesamt

   Der Bundesrat bittet die Bundesregierung, die Rechtsmaterie, die Gegenstand des Entwurfs des Säuglingsnahrungswerbegesetzes ist, in das Lebensmittel- und Bedarfsgegenständegesetz einzuarbeiten. Dafür sprechen folgende Gründe:

   1. Bei den Regelungen zur Säuglingsnahrungswerbung handelt es sich um Lebensmittelrecht. Ein einschlägiges Spezialgesetz würde der Zersplitterung des Lebensmittelrechts Vorschub leisten. Ein derartiger Prozeß liefe der Intention des Gesetzgebers, die zum Erlaß des Lebensmittel- und Bedarfsgegenständegesetzes (LMBG) geführt hat, zuwider: Gemäß den Ausführungen zur Zielsetzung und Lösung, die dem Gesetzentwurf beigefügt waren, sollte das LMBG für mehr Übersichtlichkeit im Lebensmittelrecht sorgen, das vorher durch zahlreiche Spezialgesetze mit heterogener Zielsetzung geprägt war (Bundestagsdrucksache 7/255). Der Erlaß eines eigenen Gesetzes für den Bereich der Säuglingsnahrungswerbung läuft diesem berechtigten Anliegen zuwider.

2. Die Vorschriften zur Säuglingsnahrungswerbung können sinnvoll und ökonomisch nur durch das Personal überwacht werden, dem auch die Überwachung des Lebensmittel- und Bedarfsgegenständegesetzes und der darauf beruhenden Rechtsverordnungen obliegt. Bei einer eigenständigen gesetzlichen Regelung müßten die Länder durch umständliche Organisationsakte den Lebensmittelkontrolleuren diese Aufgabe ausdrücklich zuweisen. Eine Integration der Regelungsinhalte des SNWG in das LMBG vermeidet auch die ansonsten rechtstechnisch erforderlichen Verweisungen auf die detaillierten Kontroll- und Überwachungsvorschriften (vgl. § 5 des Gesetzentwurfs), die den praktischen Verwaltungsvollzug unnötig erschweren und Fehler bei der Rechtsanwendung fördern.

3. Die Aufnahme der Regelungen über die Säuglingsnahrungswerbung in das LMBG hätte keinen Systembruch zur Folge. Das LMBG enthält bereits entsprechende Vorschriften über Gebote und Verbote in bezug auf Werbung (vgl. §§ 17 Abs. 1 Nr. 5, 18 und 22 LMBG).

2. Zu § 4 Abs. 2

In § 4 Abs. 2 sind nach den Worten "durch die Verwendung" die Worte "von als Säuglingsanfangsnahrung" einzufügen.

Begründung:

Klarstellung des Gewollten.

3. Zu § 5 Satz 2 - neu -

Dem § 5 ist folgender Satz anzufügen:

"Das Grundrecht der Unverletzlichkeit der Wohnung (Artikel 13 des Grundgesetzes) wird insoweit eingeschränkt."

Begründung:

§ 5 verweist u.a. auch auf § 41 Abs. 3 Nr. 2 LMBG. Durch diese Vorschrift wird das Grundrecht nach Artikel 13 Abs. 1 GG eingeschränkt. Das Gesetz muß daher gemäß Artikel 19 Abs. 1 Satz 2 GG das eingeschränkte Grundrecht unter Angabe des Artikels nennen.