

Stand: 08.02.2026 22:59:32

Vorgangsmappe für die Drucksache 17/15502

"Irreführende Werbung für sogenannte "Kinderlebensmittel" verbieten"

Vorgangsverlauf:

1. Initiativdrucksache 17/15502 vom 16.02.2017
2. Beschlussempfehlung mit Bericht 17/16901 des UV vom 09.05.2017
3. Beschluss des Plenums 17/17123 vom 30.05.2017
4. Plenarprotokoll Nr. 105 vom 30.05.2017



Antrag

der Abgeordneten **Kathrin Sonnenholzner, Ruth Müller, Kathi Petersen, Ruth Waldmann, Susann Biedefeld, Doris Rauscher SPD**

Irreführende Werbung für sogenannte „Kinderlebensmittel“ verbieten

Der Landtag wolle beschließen:

Die Staatsregierung wird aufgefordert, sich über eine Initiative im Bundesrat für ein Verbot von irreführender Werbung für Lebensmittel einzusetzen, die vor allem von Kindern konsumiert werden.

Insbesondere soll sich die Staatsregierung dafür einsetzen, dass im Anhang zu § 3 Abs. 3 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) folgender Punkt 31 neu aufgenommen wird: „die Bewerbung von Lebensmitteln, denen künstlich Zucker zugesetzt wurde, als Kinderlebensmittel.“

Begründung:

Die Frage, ob Kinder Kinderlebensmittel brauchen, wird im „Bayerischen Verbraucherportal“ – einer Homepage des Staatsministeriums für Umwelt und Verbraucherschutz – mit einem klaren Nein beantwortet (<http://www.vis.bayern.de/ernaehrung/lebensmittel/gruppen/kinderlebensmittel.htm>): „Kinderlebensmittel bringen weder einen zusätzlichen Nutzen, noch stellen sie eine gleichwertige Alternative für herkömmliche Lebensmittel dar.“ Insbesondere den Zusatz verschiedener Zuckerformen schätzt das „Bayerische Verbraucherportal“ als problematisch ein.

Bestimmte Lebensmittel erwecken den Anschein, „gesund“ zu sein, appellieren aber vor allem an den kindlichen Appetit auf Süßes und sind somit alles andere als gesundheitsförderlich. Dazu zählen beispielsweise Frühstücksflocken für Kinder. In einer Untersuchung der Organisation foodwatch zeigte sich, dass 85 Prozent dieser sogenannten Cerealien einen Zuckergehalt von mindestens 20 Prozent aufweisen. Die Stiftung Warentest kommt nach einem Test von 30 Frühstückscerealien zum Schluss, dass keines dieser Produkte als Frühstück für Kinder zu empfehlen ist und die meisten viel zu süß seien. Der durchschnittliche Zuckergehalt der von der Stiftung Warentest analysierten Cerealien lag bei 32,5 Prozent, der

höchste Zuckergehalt bei 49 Prozent. Durch den Konsum einer einzigen Portion von 100 g wäre damit die von der Weltgesundheitsorganisation (WHO) für Jugendliche empfohlene Tagesdosis an Zucker (36 g bis 55 g für Mädchen; 40 g bis 65 g für Jungen) bereits annähernd erreicht. Die Verbraucherzentralen empfehlen, dass Kinder möglichst wenig mit Werbung für spezielle Kinderprodukte in Kontakt kommen sollten. Eine gesetzliche Regelung irreführender Werbung für Lebensmittel, die vor allem von Kindern konsumiert werden, ist daher unter präventiven Gesichtspunkten dringend geboten. Der derzeitige, durch das Lebensmittelrecht gesetzte rechtliche Rahmen, reicht offenbar nicht aus, um die Bewerbung von Lebensmitteln mit zweifelhaftem gesundheitlichem Nutzen als „Kinderlebensmittel“ zu verhindern.

Aufgrund des chronischen Charakters der kindlichen Adipositas und weil keine der vorhandenen Behandlungsmethoden einen lebenslangen Erfolg sicherstellen kann, ist Prävention die derzeit beste Therapieoption. Übermäßiger Konsum von stark zuckerhaltigen Lebensmitteln wie Limonaden oder Schokoriegeln ist ein Risikofaktor für kindliche Adipositas und für verschiedene Erkrankungen im Erwachsenenalter wie Diabetes. Insgesamt sind in Deutschland 15 Prozent der Kinder und Jugendlichen von 3 bis 17 Jahren übergewichtig, und 6,3 Prozent leiden unter Adipositas. Hochgerechnet auf Bayern, entspricht dies einer Zahl von ca. 300.000 übergewichtigen Kindern und Jugendlichen, davon ca. 125.000 Adipösen. Verglichen mit Zahlen aus den 1980er- und 1990er-Jahren hat sich in der Gruppe der Kinder und Jugendlichen der Anteil der Übergewichtigen (Adipöse eingeschlossen) um 50 Prozent erhöht (Kurth, B.-M., Schaffrath Rosario, A.: Die Verbreitung von Übergewicht und Adipositas bei Kindern und Jugendlichen in Deutschland. Bundesgesundheitsblatt 2007, S. 736-742). In einer Meta-Analyse von annähernd 70 internationalen Studien konnte gezeigt werden, dass hoher Zuckerkonsum z.B. in Form von Erfrischungsgetränken eine signifikante Zunahme des Körpergewichts bewirkt (Te Morenga, L., Mallard, S., Mann, J.: Dietary sugars and body weight: systematic review and meta-analyses of randomised controlled trials and cohort studies. BMJ 2012; 345: e7492). Der zusätzliche Konsum einer Portion eines zuckerhaltigen Erfrischungsgetränks führt sowohl bei Kindern als auch bei Erwachsenen zu einer signifikanten Gewichtszunahme – so das Ergebnis einer Auswertung von 32 internationalen Studien (Malik, V.S., Pan, A., Willett, W.C., Hu, F.B.: Sugarsweetened beverages and weight gain in children and adults: a systematic review and meta-

analysis. Am. J. Clin. Nutr. 2013; 98: 1084-1102). Der Konsum von zuckerhaltigen Erfrischungsgetränken ist unter Jugendlichen stärker verbreitet, als unter Erwachsenen, und Personen mit niedrigem Sozialstatus trinken häufiger zuckerhaltige Getränke. Der übermäßige Konsum von zuckerhaltigen Erfrischungsgetränken erhöht das Risiko, an Diabetes mellitus Typ II zu erkranken und er fördert die Bildung von Karies (Robert Koch Institut: Gesundheitsberichterstattung (GBE) Kompakt 1/2013 4. Jahrgang). Dementsprechend empfiehlt die Weltgesundheitsorganisation in

einer aktuellen Richtlinie, den Zuckerkonsum auf 10 Prozent der gesamten Kalorienaufnahme zu reduzieren. Langfristig sollte der Zuckeranteil an der Nahrung auf 5 Prozent reduziert werden (Guidelines: Sugars intake for adults and children. Geneva: World Health Organization; 2015). Derzeit liegt der Zuckeranteil der Ernährung in Deutschland etwa bei 20 Prozent; intake for adults and children. Geneva: World Health Organization; 2015). Derzeit liegt der Zuckeranteil der Ernährung in Deutschland etwa bei 20 Prozent.



Beschlussempfehlung und Bericht

**des Ausschusses für Umwelt und
Verbraucherschutz**

**Antrag der Abgeordneten Kathrin Sonnenholzner,
Ruth Müller, Kathi Petersen u.a. SPD**
Drs. 17/15502

Irreführende Werbung für sogenannte "Kinderlebensmittel" verbieten

I. Beschlussempfehlung:

Ablehnung

Berichterstatteur: **Klaus Adelt**
Mitberichterstatteerin: **Tanja Schorer-Dremel**

II. Bericht:

1. Der Antrag wurde dem Ausschuss für Umwelt und Verbraucherschutz federführend zugewiesen. Der Ausschuss für Verfassung, Recht und Parlamentsfragen, der Ausschuss für Gesundheit und Pflege und der Ausschuss für Bundes- und Europaangelegenheiten sowie regionale Beziehungen haben den Antrag mitberaten.
2. Der federführende Ausschuss hat den Antrag in seiner 67. Sitzung am 30. März 2017 beraten und mit folgendem Stimmresultat:
CSU: Ablehnung
SPD: Zustimmung
FREIE WÄHLER: Zustimmung
B90/GRÜ: Zustimmung
Ablehnung empfohlen.
3. Der Ausschuss für Verfassung, Recht und Parlamentsfragen hat den Antrag in seiner 71. Sitzung am 27. April 2017 mitberaten und mit folgendem Stimmresultat:
CSU: Ablehnung
SPD: Zustimmung
FREIE WÄHLER: Zustimmung
B90/GRÜ: Zustimmung
Ablehnung empfohlen.

4. Der Ausschuss für Gesundheit und Pflege hat den Antrag in seiner 63. Sitzung am 9. Mai 2017 mitberaten und mit folgendem Stimmresultat:

CSU: Ablehnung
SPD: Zustimmung
FREIE WÄHLER: Zustimmung
B90/GRÜ: Zustimmung

Ablehnung empfohlen.

5. Der Ausschuss für Bundes- und Europaangelegenheiten sowie regionale Beziehungen hat den Antrag in seiner 58. Sitzung am 9. Mai 2017 mitberaten und mit folgendem Stimmresultat:

CSU: Ablehnung
SPD: Zustimmung
FREIE WÄHLER: Zustimmung
B90/GRÜ: Zustimmung

Ablehnung empfohlen.

Dr. Christian Magerl
Vorsitzender



Beschluss

des Bayerischen Landtags

Der Landtag hat in seiner heutigen öffentlichen Sitzung beraten und beschlossen:

Antrag der Abgeordneten **Kathrin Sonnenholzner, Ruth Müller, Kathi Petersen, Ruth Waldmann, Susann Biedefeld, Doris Rauser SPD**

Drs. 17/15502, 17/16901

Irreführende Werbung für sogenannte Kinderlebensmittel verbieten

Ablehnung

Die Präsidentin

I.V.

Inge Aures

II. Vizepräsidentin

Redner zu nachfolgendem Tagesordnungspunkt

Präsidentin Barbara Stamm

Abg. Ruth Müller

Abg. Tanja Schorer-Dremel

Abg. Nikolaus Kraus

Abg. Rosi Steinberger

Präsidentin Barbara Stamm: Ich rufe daher den **Tagesordnungspunkt 14** auf:

Antrag der Abgeordneten Kathrin Sonnenholzner, Ruth Müller, Kathi Petersen u.

a. (SPD)

Irreführende Werbung für sogenannte "Kinderlebensmittel" verbieten

(Drs. 17/15502)

Als Erster darf ich Frau Kollegin Müller das Wort erteilen. Bitte schön, Frau Kollegin.

Ruth Müller (SPD): Sehr geehrte Frau Präsidentin, sehr geehrte Kolleginnen und Kollegen! Wer kennt die Werbeslogans aus dem Fernsehen nicht? "So wertvoll wie ein kleines Steak" oder "Für die Extra-Portion Milch" oder "Gesunde Vitamine naschen". All das suggeriert, dass Kinderlebensmittel gesund und für das Aufwachsen glücklicher Kinder notwendig sind. Wenn solche Lebensmittel auch noch mit Prinzessin Lillifee, Star-Wars-Helden oder Sammelbildchen aufgepeppt werden, werden Kinder gezielt angesprochen und Eltern schwach. Am Schluss landen aber keine gesunden Vitamine im Einkaufswagen, sondern mehr Fett und Zucker, als man denkt. Die Werbestrategen in den großen Konzernen lassen sich viel einfallen, um dem Verbraucher das Geld aus der Tasche zu ziehen.

Bei der Vielfalt der Angebote und der ständigen Informations- und Bilderflut fällt es vielen Menschen schwer zu differenzieren, was tatsächlich gesund und für die Ernährung der Kinder wertvoll ist. Sie alle kennen Frühstücksflocken, die den Anschein erwecken, gesund zu sein. Allerdings weisen 85 % der Flocken Untersuchungen zufolge einen Zuckergehalt von mindestens 20 % auf. Das ist weder gesund noch sinnvoll und zudem noch überteuert.

(Beifall bei der SPD)

Das Bayerische Gesundheitsministerium wendet viel Zeit und Energie auf und gibt viel Geld aus, um wunderbare Präventionsprojekte zu starten. So kann man im bayerischen Präventionsplan nachlesen, dass es Programme gibt wie GeliS, "Gesund

leben in der Schwangerschaft". Hier sollen die Mütter an einen gesunden Lebensstil während der Schwangerschaft herangeführt werden. "Gesund und fit im Kinder-Alltag" zeigt sechs Wege zur kindgerechten Ernährung und Bewegung auf. In Zusammenarbeit mit den Zahnärzten wird die Aktion "Seelöwe" durchgeführt, um die Zahngesundheit zu fördern. Nicht zuletzt geben wir für die Vernetzungsstellen Schulverpflegung und für das EU-Schulobst- und -gemüseprogramm – Schulfruchtprogramm – in Schulen und Kitas viel Geld aus und erreichen damit auch tatsächlich viele Kinder und Jugendliche, um ihnen Obst und Gemüse schmackhaft zu machen. Allerdings gibt es bisher noch kein Projekt, um Eltern und Kinder vor den Gefahren von Zucker zu warnen.

Doch all die guten Bemühungen werden konterkariert durch das Zuckerbomben-Marketing der großen Konzerne, die um den Lebensmittelmarkt und die künftigen Verbraucher buhlen. Die Bildungs- und Aufklärungskampagnen sind wichtig und wertvoll und setzen auf die Eigenverantwortung des Verbrauchers. Doch sollten wir uns nichts vormachen: Nicht jede Familie hat Zeit und Lust oder die Möglichkeit, an den genannten Programmen teilzunehmen. Untersuchungen haben gezeigt, dass ein zehnjähriges Kind in Deutschland rund 100 Werbespots am Tag sieht und hört. Deshalb dürfen wir den Einfluss der Kinder auf das Kaufverhalten der Eltern nicht unterschätzen. Kinder brauchen weder eine Extrawurst mit Bärchen-Motiv noch eine "Extra-Portion Milch" in Schokolade, die Mütter angeblich schon von ihren Müttern bekommen haben.

Wir wollen, dass unsere bayerischen Kinder gesund aufwachsen und nicht in eine chronische Adipositas hineinwachsen, die lebenslange Behandlungen und Probleme mit sich bringt. Wir wollen, dass Familien beim Einkauf wissen, was in ihrem Einkaufskorb und damit auf dem Esstisch landet.

(Beifall bei der SPD)

Wir müssen jetzt dringend handeln; denn wir sehen mit dem Wegfall der Zuckerquote auch schon die nächste Gefahr am Verbraucherhimmel aufziehen. Mit dem Wegfall der Quote wird Isoglukose aus Amerika auf den europäischen Markt drängen. Isoglukose ist billiger herzustellen und ein Zuckerersatzstoff aus Maisstärke und Fruchtzucker. Der künstliche Zucker steigert das Risiko für Bluthochdruck und für Diabetes Typ 2. Der Antwort der Staatsregierung auf die Anfrage meines Kollegen Herbert Kränzlein ist zu entnehmen, dass bisher noch gar kein Handlungsbedarf gesehen wird und die Gefahr noch gar nicht erkannt ist. Das sollte sich schleunigst ändern; denn der Bayerische Präventionsplan ist nur so gut, wie er auf die aktuellen Herausforderungen reagiert.

(Beifall bei der SPD)

Umso wichtiger ist es, dass wir jetzt ein Zeichen gegen sogenannte Kinderlebensmittel setzen, um deutlich zu machen, dass uns die Gesundheit unserer jungen Generation wichtiger ist als die Marktanteile großer Konzerne. Deshalb wollen wir mit unserem Antrag auf Drucksache 17/15502 erreichen, dass von Bayern aus eine Bundesratsinitiative angestoßen wird, die ein Verbot irreführender Werbung für sogenannte Kinderlebensmittel zum Ziel hat.

Mit unserem Antrag wollen wir erreichen, dass im Anhang zu § 3 Absatz 3 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb der Punkt 31 neu aufgenommen wird und es demzufolge dann heißt: "Unzulässige geschäftliche Handlungen im Sinne des § 3 Absatz 3 sind ... die Bewerbung von Lebensmitteln, denen künstlich Zucker zugesetzt wurde, als Kinderlebensmittel."

Da das Bayerische Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz auf seiner Homepage eine sehr kritische Haltung zu den Kinderlebensmitteln einnimmt und die Frage, ob Kinder Kinderlebensmittel brauchen, mit einem klaren Nein beantwortet, hoffen wir auf eine breite Zustimmung zu unserem Antrag im Sinne unserer jungen Bayerinnen und Bayern.

(Beifall bei der SPD)

Präsidentin Barbara Stamm: Vielen Dank, Frau Kollegin. – Nächste Wortmeldung für die CSU-Fraktion: Frau Kollegin Schorer-Dremel. Bitte sehr.

Tanja Schorer-Dremel (CSU): (Von der Rednerin nicht autorisiert) Sehr geehrte Frau Präsidentin, sehr geehrte Damen und Herren! Das Thema Kindergesundheit und Kinderlebensmittel ist sehr bedeutsam, weil es diejenigen betrifft, die uns allen am wichtigsten sind, nämlich unsere Kinder. Gerade weil wir nur das Beste für unsere Kleinsten wollen und wir alle um die Verletzlichkeit von Kindern wissen, wird das Thema bisweilen sehr emotional diskutiert. Mir ist es daher wichtig, sachlich und nüchtern an dieses Thema heranzugehen und abzuwägen, ob tatsächlich Handlungsbedarf vonseiten des Gesetzgebers besteht. Dieser Handlungsbedarf besteht in Bezug auf Kinderlebensmittel nicht, da der geltende Rechtsrahmen einen ausreichenden Schutz vor Irreführung bietet.

Die EU hat bereits im Jahre 2011 die Lebensmittelinformationsverordnung VO 1169/211 verabschiedet. Gemäß Artikel 7 Absatz 1 der Europäischen Lebensmittelinformationsverordnung gilt ein umfassendes Verbot der Irreführung des Endverbrauchers. Dieses Verbot umfasst auch die Aufmachung des Lebensmittels und die Werbung hierfür. Folglich ist bereits nach der jetzigen Rechtslage jegliche irreführende Werbung auch für Lebensmittel verboten, die vor allem von Kindern konsumiert werden.

Ergänzt wird das allgemeine Verbot der Irreführung durch das Gebot des Artikels 7 Absatz 2 der Lebensmittelinformationsverordnung. Demnach müssen Informationen über Lebensmittel zutreffend, klar und für den Verbraucher leicht verständlich sein. Darüber hinaus gelten für Lebensmittel, die mit besonderen gesundheitsbezogenen Angaben beworben werden, besonders strenge gesetzliche Anforderungen.

So wird durch die Health-Claims-Verordnung der EU, VO 1924/2006, ein weitgehender Schutz des Verbrauchers vor irreführender Werbung gewährleistet. In dieser

Verordnung gibt es detaillierte Regelungen zum Nährwert und zu gesundheitsbezogenen Angaben in der Werbung und bei der Kennzeichnung von Lebensmitteln. Wir bekommen jährlich den LGL-Bericht, der auch diese Health Claims kontrolliert. Auch hier hat die europäische Rechtsprechung bereits für klare Verhältnisse gesorgt.

Das Informationsbedürfnis des Verbrauchers wurde in besonderem Maße in einer Entscheidung des EuGH zur irreführenden Aufmachung eines Kindertees berücksichtigt, nachzulesen im Urteil vom 04.06.2015. Das Gericht stellte fest, dass das Verzeichnis der Zutaten, auch wenn es richtig und vollständig ist, ungeeignet sein kann, einen sich aus der Etikettierung ergebenden falschen oder missverständlichen Eindruck zu berichtigen.

Sie sehen, liebe Kolleginnen und Kollegen, der bestehende Rechtsrahmen reicht völlig aus. Zudem sind die von der SPD gewünschten Änderungen der bestehenden Regelung – das ist der Hauptpunkt, den wir auch im Ausschuss diskutiert haben – mit dem Wettbewerbsrecht der EU unvereinbar. Ferner ist der Antrag der Opposition zwar so formuliert, medial Aufmerksamkeit zu erzeugen; inhaltlich bleibt er aber vage und bietet wenig Substanz.

Was eigentlich soll ein Kinderlebensmittel sein? – Diese Definition bleiben uns die Sozialdemokraten schuldig. Möchten Sie, dass Erwachsene keine Gummibärchen mehr essen? Führt der Antrag dazu, dass bayerische Metzger, die den Kindern eine Scheibe Gelbwurst geben, den Eltern eine Zutatenliste überreichen müssen?

(Zuruf von der SPD: Na klar!)

Ab wann ist die bestimmte Zutat ungesund? – Auch hierauf hat die SPD keine sachliche Antwort.

Meine Damen und Herren von der SPD, Sie sprechen von Lebensmitteln, die zu süß seien, aber die WHO empfiehlt lediglich, den Zuckeranteil an der Ernährung auf 10 % zu reduzieren. Sie empfiehlt es, aber sie befiehlt es nicht. Die WHO weiß, dass Kinder

sehr unterschiedlich sind. Deswegen belässt sie es bei Empfehlungen. Die einen machen mehr Sport, die anderen bewegen sich weniger. Manche haben einen schnellen Stoffwechsel, andere können bestimmte Lebensmittel aufgrund von Allergien oder aufgrund einer Unverträglichkeit nicht konsumieren. Aber die SPD glaubt ganz genau zu wissen, welche Lebensmittel in welcher Menge gesund für unsere Kinder sind.

Auch wenn es am Ende des Tages um die Gesundheit unserer minderjährigen Kinder geht, muss uns doch allen klar sein, dass sich der Antrag der SPD in erster Linie an die Eltern richtet, also an den mündigen Verbraucher; denn letztendlich sind es die Eltern, die für die Ernährung der Kinder zuständig sind. Es sind die erwachsenen Verbraucher, die im Supermarkt, auf dem Wochenmarkt oder im Bioladen die Entscheidung treffen, was für die Kinder im Einkaufswagen und später auf dem Teller landet.

Wenn Sie sagen, die Eltern würden den Kindern gegenüber schwach, stellen Sie in meinen Augen die Erziehungsmöglichkeit der Eltern ziemlich hintan. Es ist nicht der Staat, der die Entscheidung trifft, und das ist auch gut so. Es ist Aufgabe und Pflicht, aber auch das Recht der Eltern zu entscheiden, was gut für die Kinder ist.

Da es verschiedene Erziehungs- und auch Ernährungsmodelle gibt, gilt es für uns als Gesetzgeber, die Entscheidung und Wahlfreiheit der Eltern zu verteidigen und nicht einen staatlichen Ernährungsplan vorzulegen. Es geht also nicht so sehr um den Schutz der Kinder; denn wir alle wollen gesunde Kinder, die gesunde und nahrhafte Lebensmittel konsumieren. Es geht in diesem Antrag der Opposition wieder einmal um zwei ganz andere Dinge. Zum einen geht es um den erwachsenen Verbraucher, der für unmündig gehalten wird und dem man nicht zutraut, im Supermarktregal die passenden Lebensmittel für Kinder auszuwählen. Zum anderen geht es um die Lebensmittelindustrie, die von der SPD wieder einmal an den Pranger gestellt wird.

Werte Kolleginnen und Kollegen, ich kann im Antrag der Opposition durchaus aufrichtige Absichten erkennen und weiß den Einsatz für die Gesundheit der Kinder zu schätzen.

(Zurufe von der SPD)

Wir haben die Problematik äußerst intensiv im Ausschuss diskutiert. Neben der berechtigten Sorge um gesunde und richtig deklarierte Kinderlebensmittel und den ansonsten aufrichtigen Ansätzen schießen Sie jedoch wieder einmal über das Ziel hinaus. Einen besonderen und besseren Schutz für Kinder erreicht man nicht durch die Bevormundung der Eltern. Gesundere Lebensmittel bekommt man nicht, indem man die Lebensmittelindustrie pauschal an den Pranger stellt. Der richtige Weg liegt in der Aufklärung der Verbraucher. Dazu sind bereits einige Beispiele genannt worden. Auch die Programme wie Schulfrucht, Schulmilch und Ähnliches zeigen, dass Kinder sehr wohl bewusst und aufgeweckt in diesem Bereich tätig sind.

Uns geht es um den Schutz und um die Entscheidungsfreiheit der Verbraucher. Aus diesem Grunde lehnen wir diesen Antrag ab, den wir bereits im Ausschuss sehr lange diskutiert haben.

Ich fand es ganz spannend, wie unser Bundespräsident Franz-Walter Steinmeier am Kirchentag gesagt hat:

(Zurufe: Frank!)

– Danke! Frank-Walter Steinmeier. Er hat gesagt: Gute Politik macht man nicht mit der Angst der Menschen, sondern indem man sie aufklärt.

(Beifall bei der SPD)

Präsidentin Barbara Stamm: Vielen Dank. – Für die Fraktion der FREIEN WÄHLER erteile ich jetzt Herrn Kollegen Kraus das Wort. Bitte, Herr Kollege.

Nikolaus Kraus (FREIE WÄHLER): Frau Präsidentin, liebe Kolleginnen und Kollegen! Liebe Verbliebene, die jetzt zu so später Stunde noch hier im Saal sind. Die Kollegin Müller hat ihre Rede zum Thema begonnen mit Zitaten, die uns allen sehr wohl bekannt sind, zum Beispiel "So wertvoll wie ein kleines Steak" oder "Für die Extra-Porti-

on Milch", und dem Hinweis auf die ganzen Vitaminbonbons. Das Thema ist uns allen natürlich bekannt. Die meisten von uns sind nämlich Eltern oder auch Großeltern. Wenn man mit den Kindern in den Supermärkten unterwegs ist und einkauft, bekommt man das Einkaufsverhalten der Kinder mit.

Die Kinder werden – das ist erwähnt worden – durch Comicfiguren, durch Zeichentrickfiguren und durch berühmte Kinohelden, die auf der Verpackung abgebildet sind, oder zum Teil auch durch Vereinsfarben von Fußballvereinen, die derzeit mehr oder weniger erfolgreich sind, direkt angelockt. Somit werden ganz viele Kaufentscheidungen aufgrund der Verpackung und leider nicht aufgrund des Inhaltes getroffen. Kein Kinderauge – Lillifee, die kleine Kinderprinzessin, ist genannt worden – geht an diesen Produkten vorbei, ohne dass es einen Blick darauf wirft. Natürlich landen diese Produkte dann ganz oft im Einkaufswagen.

Was sich in diesen Produkten befindet, verursacht die Probleme, die wir haben. Es handelt sich um Zutaten wie Fette und Salze, die für uns und für die Kinder angesichts der Mengen, in denen wir sie verzehren, so ungesund sind, dass wirklich etwas geändert werden muss. Aber gut, ein genaues Studium der Inhaltsstoffe bzw. der Zutaten nimmt natürlich keiner vor. Entweder hat man die Brille nicht dabei, oder sie sind so klein gedruckt auf den Verpackungen, dass es nicht interessiert.

Untersuchungen haben gezeigt, dass für sogenannte Kinderlebensmittel bislang eine lebensmittelrechtliche Definition gar nicht vorliegt, dass sie zu viel Salz, Zucker und zu viele Fette enthalten und zudem zu stark aromatisiert und mit vielen Nährstoffen angereichert sind.

Auch die Experten warnen vor den sogenannten Langzeitfolgen. Wir alle kennen die Zahlen aus Untersuchungen darüber, wie viele Kinder oder Jugendliche nicht das Idealgewicht haben. Übergewicht bedeutet natürlich ein gesteigertes Risiko für Bluthochdruck, Herz-Kreislauf-Erkrankungen sowie Diabetes. Gerade bei den Kinderlebensmitteln sollte man schon vorbeugen. Durch entsprechende Werbeaussagen soll den

Verbrauchern aber suggeriert werden, sie würden gesund einkaufen. Sie werden somit eindeutig in die Irre geführt.

Es überrascht also nicht wirklich, wenn ganz viele Verbände mittlerweile sehr laut werden und diese Werbung als schlecht empfinden, wie zum Beispiel Foodwatch, die Deutsche Diabetes Gesellschaft oder auch die Deutsche Adipositas-Gesellschaft. Die SPD wählt aus unserer Sicht, aus der Sicht der FREIEN WÄHLER, den richtigen Zungenschlag, dass daran etwas geändert werden muss, deswegen auch Zustimmung von den FREIEN WÄHLERN zum SPD-Antrag, wie schon im Ausschuss.

Auch die FREIEN WÄHLER haben im Ausschuss schon verschiedene Anträge eingereicht. Im Umweltausschuss sind schon viele Experten gehört worden. Sämtliche Stellungnahmen liegen uns allen vor. Die Kollegin vor mir hat zu Recht auf die Lebensmittelinformationsverordnung hingewiesen. Das Problem ist aber: Das ist geltende Rechtslage. Wie der Name schon sagt, ist geltende Rechtslage eben das momentan, derzeit geltende Recht. Das heißt aber nicht, dass wir, der Bayerische Landtag, das nicht auch ändern können. Eigentlich sollten wir es nicht nur ändern, wir müssen es ändern; denn die derzeitige Praxis hinsichtlich der Kinderlebensmittelwerbung zeigt, dass die geltenden Regelungen nicht ausreichend und nicht effektiv sind. Auch die Freiwilligkeit – mittlerweile gibt es Vereinbarungen mit dem Handel – führt zu nichts.

Bundeslandwirtschaftsminister Schmidt – er dürfte den meisten CSUlern ein Begriff sein – hat gerade eine Aktion laufen. Wenn ich es richtig mitbekommen habe, soll noch im Juli im Bundeskabinett entschieden werden, dass Salze, Zucker und Fette in Tiefkühlpizzen, Müslis und anderen fetthaltigen Produkten stark reduziert werden sollen, und zwar mit Blick auf Erwachsene. Deswegen ist es unsere Pflicht, dass wir auch mit Blick auf die Kinder etwas unternehmen.

Noch ein Gedanke zu meiner Vorrednerin, zu Tanja Schorer-Dremel. Ich habe den Satz mitgeschrieben: Aufgabe der Eltern ist es zu entscheiden, was für die Kinder gut ist. Dazu muss ich sagen: Es kann nicht sein, dass man diese Entscheidung Eltern

überlässt, die ihre Kinder nur mit Fastfood ernähren. Ich habe den Satz wortwörtlich mitgeschrieben; genauso haben Sie es gesagt. Wenn die Eltern versagen, muss der Gesetzgeber eingreifen.

Der Antrag ist ein erster Schritt in die richtige Richtung. Deswegen stimmen die FREIEN WÄHLER diesem Antrag der SPD zu und hoffen natürlich, dass die Mehrheitsfraktion aufgrund der Einstellung von Bundeslandwirtschaftsminister Schmidt jetzt endlich etwas vernünftiger wird als im Umweltausschuss.

(Beifall bei den FREIEN WÄHLERN)

Präsidentin Barbara Stamm: Vielen Dank. – Nächste Wortmeldung für die Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN: Frau Kollegin Steinberger. Bitte schön, Frau Kollegin.

Rosi Steinberger (GRÜNE): Frau Präsidentin, liebe Kolleginnen und Kollegen! Ich möchte am Anfang gleich eine Frage von Frau Schorer-Dremel aufgreifen, die gesagt hat: Was sind eigentlich Kinderlebensmittel? Kinder essen doch normalerweise genau die gleichen Lebensmittel wie wir alle.

(Zuruf von der SPD: Schnapspralinen!)

– Zum Großteil. Kinder brauchen keine spezifischen Lebensmittel. Sogar das Bayerische Umweltministerium ist zu diesem Schluss gekommen. Dennoch gibt es Gruppen, die sich verstärkt mit kinderspezifischen Lebensmitteln auseinandersetzen. Zum einen ist das die Lebensmittelindustrie, die hier keiner an den Pranger stellen will, zum anderen – Sie ahnen es schon – die Werbewirtschaft. Es gibt doch einige Lebensmittel, die man unter dem schwammigen Begriff Kinderlebensmittel subsumieren kann.

Das Forschungsinstitut für Kinderernährung in Dortmund hat einige Merkmale erarbeitet, die dabei helfen, die richtige Einordnung zu treffen. Kinderlebensmittel – so heißt es da – haben auffällige Verpackungen; sie sind bunt, haben auffällige Formen, tragen die Aufschrift "for kids" oder Ähnliches; sie haben auch oft Beilagen wie Aufkleber, kleine Spielzeuge usw. Wenn Sie sich diese Merkmale genauer ansehen, stellen Sie

fest: Das sind alles reine Marketing Gags. Was im Lebensmittel ist, ist nebensächlich, Hauptsache die Zielgruppe Kind wird aufmerksam. Für eine verstärkte Kundenbindung sind diese Produkte dann oft besonders süß, besonders bunt und enthalten besonders viele Zusatzstoffe, und sie werden besonders beworben.

Wenn man sich die Absatzanalysen ansieht, muss man feststellen, dass Kinder immer mehr zur Kaufentscheidung der Eltern beitragen. Kinder wissen oft eher als ihre Eltern, was auf dem Lebensmittelmarkt für sie gerade besonders beworben wird – und das wollen sie dann auch haben. Wer so wie ich Kinder hat, kennt diese Diskussionen mit Sicherheit. Nur ein Beispiel: Frühstückscerealien mit einem Zuckergehalt von mehr als 30 % sind keine Seltenheit. Diese werden nicht nur zum Frühstück verzehrt. Das Gleiche gilt für alle möglichen Süßwaren oder Softdrinks, die nicht minder ungesund sind.

Nun stellen wir uns hier im Landtag die Frage, wie diese Lebensmittel beworben werden dürfen. Natürlich gibt es bereits gesetzliche Regelungen – darauf ist schon hingewiesen worden; das steht außer Frage. Irreführende Werbung ist bereits jetzt verboten, und das ist auch gut so.

(Beifall bei den GRÜNEN)

Das, liebe Kolleginnen und Kollegen, ist zwar ein guter Ansatz und löst einige unserer Probleme, aber beileibe nicht alle. Ob eine Verordnung ausreicht und ob sie zielführend ist, kann man ganz einfach feststellen. Man muss sich nur einmal die Statistik ansehen, die zum Beispiel den Anteil der übergewichtigen Kinder auflistet. Damit können wir nicht zufrieden sein. Der Anteil der übergewichtigen Kinder hat sich seit den Neunzigerjahren um 50 % erhöht und beträgt nun 15 %. Da sehen wir doch einen deutlichen Handlungsbedarf.

Liebe Kolleginnen und Kollegen, das Problem ist doch, dass der Gesetzgeber lieber Aktionen und Aufklärungskampagnen macht, als klare Regeln einzuziehen. Diese sind dringend nötig.

(Beifall bei den GRÜNEN)

Die entscheidende Frage ist doch: Wer muss hier Verantwortung übernehmen? Sind es denn wirklich alleine die Eltern, die als mündige Verbraucher schon wissen müssten, was sie ihren Kindern kaufen, wie Frau Schorer-Dremel meint? Haben Eltern nicht vielleicht auch das Recht, dass sie bei dieser Entscheidung Hilfestellung bekommen? Der sogenannte mündige Verbraucher muss ja bei jeder Kaufentscheidung inzwischen so viele Dinge bedenken:

(Unruhe – Glocke der Präsidentin)

– Vielen Dank, Frau Präsidentin. Wurden die Waren von weither transportiert? Unter welchen Bedingungen wurden sie produziert? Wie ist der ökologische Fußabdruck? Wie viele Zusatzstoffe sind enthalten? Wie wurden Tiere gehalten? Und so weiter und so fort. Liebe Kolleginnen und Kollegen, Verbraucherinnen und Verbraucher sind zunehmend verunsichert bei der Überlegung, was sie guten Gewissens kaufen können. Der Blick auf die winzig klein gedruckte Zutatenliste hilft nicht immer weiter. Deshalb wäre ein wenig staatliche Unterstützung nicht schlecht,

(Beifall bei den GRÜNEN)

vor allem, wenn es um die schwächsten und empfindlichsten Verbraucherinnen und Verbraucher geht, um unsere Kinder.

(Beifall bei den GRÜNEN)

Wir unterstützen deshalb gern den Antrag der SPD-Fraktion.

(Beifall bei den GRÜNEN und der SPD)

Präsidentin Barbara Stamm: Vielen Dank, Frau Kollegin. – Mir liegen keine weiteren Wortmeldungen vor. Damit ist die Aussprache geschlossen.

Wir kommen zur Abstimmung. Der federführende Ausschuss für Umwelt und Verbraucherschutz empfiehlt die Ablehnung des Antrags. Wer entgegen dem Ausschussvotum dem Antrag zustimmen möchte, den bitte ich um das Handzeichen. – Die Fraktionen der SPD, der FREIEN WÄHLER und von BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN. Die Gegenstimmen bitte ich anzuzeigen. – Die CSU-Fraktion. Stimmenthaltungen? – Keine. Damit ist der Antrag abgelehnt.

Kolleginnen und Kollegen, ich komme zu den **Tagesordnungspunkten 12 und 13** zurück. Der Antrag unter Tagesordnungspunkt 13 ist verändert worden. Wir stimmen zunächst – namentlich – über den Antrag der FREIEN WÄHLER unter Tagesordnungspunkt 12 ab; es geht um die stärkere Förderung von generationenübergreifenden Wohnformen, Drucksache 17/14222. Die Urnen stehen bereit. Ich bitte, die Stimmkarten einzuwerfen. Fünf Minuten!

(Namentliche Abstimmung von 21.01 bis 21.06 Uhr)

Kolleginnen und Kollegen, die Zeit ist um. Ich schließe die Abstimmung und bitte, die Stimmkarten außerhalb des Plenarsaals auszuzählen. Wir geben das Ergebnis wie immer zu einem späteren Zeitpunkt bekannt.

Ich darf jetzt die Bitte äußern, dass die Kolleginnen und Kollegen ihre Plätze einnehmen, damit wir die nächste Abstimmung durchführen können.

(Unruhe)

– Ich kann erst weiterfahren, wenn alle die Plätze eingenommen haben. Das ist für die Abstimmung erforderlich.

(Unruhe)

– Ich möchte gern abstimmen.

(Jürgen W. Heike (CSU): Wir auch!)

– Ja, aber die Lage ist noch nicht so, wie ich sie gern hätte.

Ich darf jetzt zu Tagesordnungspunkt 13 zurückkommen. Hier geht es um den Antrag der FREIEN WÄHLER betreffend "Konzept ‚Wohnen für Hilfe‘ weiter vorantreiben!" auf der Drucksache 17/14426. Es wurde der Änderungsantrag gestellt, die Wörter "über 100.000 Einwohnern" zu streichen. Ich darf jetzt um die Abstimmung bitten. Der federführende Ausschuss für Arbeit und Soziales, Jugend, Familie und Integration empfiehlt, den Antrag abzulehnen. Wer dennoch dem Antrag mit dieser Änderung zustimmen möchte, den bitte ich um das Handzeichen. – Die Fraktionen der SPD, der FREIEN WÄHLER und von BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN. Die Gegenstimmen bitte ich anzuzeigen. – Die CSU-Fraktion. Stimmenthaltungen? – Keine. Damit ist dieser Antrag abgelehnt.