

Gesetzesantrag
des Landes Berlin

Entwurf eines ... Gesetzes zur Änderung des Verbraucherinformationsgesetzes**A. Problem und Ziel**

Das Verbraucherinformationsgesetz wurde zum einen geschaffen zwecks Verbesserung der Verbraucherinformationsrechte als Teil einer modernen Verbraucherpolitik, zum anderen vor dem Hintergrund, dass Verbraucherinnen und Verbraucher ein gesteigertes Interesse an Informationen zeigen, bevor sie sich zur Auswahl eines bestimmten Erzeugnisses entschließen. Darüber hinaus ging es um die Einebnung struktureller Informationsasymmetrien zu Lasten der Verbraucherinnen und Verbraucher. Die Verbraucherinnen und Verbraucher waren bei vielen Angeboten nicht mehr in der Lage, vorhandene Informationspotentiale zu nutzen und waren somit auf ergänzende Informationen angewiesen. Die seit dem Inkrafttreten gesammelten Erfahrungen machen dabei jedoch deutlich, dass der Umgang mit Verbraucherinformationen zu passiv und ungenau geregelt ist.

B. Lösung

Mit dem Ersten Gesetz zur Änderung des Verbraucherinformationsgesetzes wird der Anspruch auf Zugang zu Verbraucherinformationen auf Antrag genauer ausgestaltet und insgesamt gestärkt. Außerdem werden die informationspflichtigen Stellen zudem zur aktiven Verbreitung von Verbraucherinformationen verpflichtet. Hinsichtlich Inhalt und Art der zu verbreitenden Verbraucherinformationen werden im Gesetz Vorgaben festgelegt. Darüber hinaus werden die Kostenregelungen vereinfacht.

C. Alternativen

Keine.

D. Finanzielle Auswirkungen

Für die Haushalte von Bund, Ländern und Kommunen hat die Gesetzesänderung keine unmittelbaren Folgen. Aus der Ermächtigung der informationspflichtigen Stellen, sich von den möglichen Betroffenen im Einzelnen darlegen zu lassen, dass ein Betriebs- oder Geschäftsgeheimnis vorliegt, können Kosten bei Wirtschaftsunternehmen entstehen, die jedoch nicht genau bezifferbar sind. Da mit der Gesetzesänderung das Recht der Verbraucherinformation an das am 14.02.2005 in Kraft getretene Umweltinformationsgesetz (UIG) und das daraus abgeleitete Umweltinformationsrecht angepasst wird, vermindern sich bislang bestehende Anwendungsprobleme, die zu reduzierten Bürokratiekosten bei den Wirtschaftsunternehmen und erhöhter Rechtssicherheit beitragen.

Bundesrat

Drucksache 652/09

09.07.09

A - In - Wi

Gesetzesantrag
des Landes Berlin

**Entwurf eines ... Gesetzes zur Änderung des Verbraucher-
informationsgesetzes**

Der Regierende Bürgermeister von Berlin

Berlin, den 7. Juli 2009

An den
Präsidenten des Bundesrates
Herrn Ministerpräsidenten
Peter Müller

Sehr geehrter Herr Präsident,

der Senat von Berlin hat am 7. Juli 2009 beschlossen, den in der Anlage
beigefügten

Entwurf eines ... Gesetzes zur Änderung des
Verbraucherinformationsgesetzes

beim Bundesrat einzubringen.

Ich bitte, den Entwurf gemäß § 36 Abs. 1 der Geschäftsordnung des Bundesrates
den zuständigen Ausschüssen zur Beratung zuzuweisen.

Mit freundlichen Grüßen

Klaus Wowereit

Entwurf eines ... Gesetzes zur Änderung des Verbraucherinformationsgesetzes

Vom

Der Bundestag hat das folgende Gesetz beschlossen:

**Artikel 1
Änderung des Verbraucherinformationsgesetzes**

Das Verbraucherinformationsgesetz vom 05. November 2007 (BGBl. I S. 2558) wird wie folgt geändert:

1. § 1 wird wie folgt gefasst:

**„§ 1
Zweck des Gesetzes**

Zweck dieses Gesetzes ist es, den rechtlichen Rahmen für den freien Zugang zu gesundheitsbezogenen Verbraucherinformationen bei informationspflichtigen Stellen sowie für die Verbreitung dieser Verbraucherinformationen zu schaffen.“

2. Der bisherige § 1 wird neuer § 2; in seinem Absatz 1 Satz 2 wird die Angabe „§ 2“ durch die Angabe „§ 3“ ersetzt.

3. Der bisherige § 2 wird neuer § 3 und wie folgt geändert:

a) Satz 1 wird wie folgt geändert:

- aa) Im ersten Teilsatz wird die Angabe „§ 1“ durch die Angabe „§ 2“ ersetzt.
- bb) In Nummer 1 Buchstabe b wird die Angabe „§ 1 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 oder 2“ durch die Angabe „§ 2 Absatz 1 Satz 1 Nummer 1 oder 2“ ersetzt.
- cc) In Buchstabe e wird die Angabe „§ 1 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1“ durch die Angabe „§ 2 Absatz 1 Satz 1 Nummer 1“ ersetzt.
- dd) In Nummer 2 Buchstabe c werden die Wörter „oder sonstige wettbewerbsrelevante Informationen, die in ihrer Bedeutung für den Betrieb mit einem Betriebs- oder Geschäftsgeheimnis vergleichbar sind,“ gestrichen.

b) Satz 3 wird wie folgt gefasst:

„Die informationspflichtige Stelle hat in der Regel von einer Betroffenheit im Sinne des Satzes 1 Nummer 2 Buchstabe c auszugehen, soweit übermittelte

Informationen als Betriebs- oder Geschäftsgeheimnisse gekennzeichnet sind. Soweit die informationspflichtige Stelle dies verlangt, haben mögliche Betroffene im Einzelnen darzulegen, dass ein Betriebs- oder Geschäftsgeheimnis vorliegt.“

4. Der bisherige § 3 wird neuer § 4; in seinem Absatz 5 Satz 2 wird die Angabe „§ 5 Abs. 1 Satz 2“ durch die Angabe „§ 6 Absatz 1 Satz 2“ ersetzt.
5. Der bisherige § 4 wird neuer § 5; in seinem Absatz 1 Satz 1 wird die Angabe „§ 3 Abs. 1“ durch die Angabe „§ 4 Absatz 1“ ersetzt.
6. Der bisherige § 5 wird neuer § 6 und wie folgt geändert:
 - a) Absatz 1 Satz 2 wird wie folgt geändert:
 - aa) Im ersten Teilsatz wird die Angabe „§ 3 Abs. 1“ durch die Angabe „§ 4 Absatz 1“ ersetzt.
 - bb) Im zweiten Teilsatz wird die Angabe „§ 4 Abs. 1“ durch die Angabe „§ 5 Absatz 1“ ersetzt.
 - b) In Absatz 2 Satz 1 wird die Angabe „§ 3 Abs. 1“ durch die Angabe „§ 4 Absatz 1“ ersetzt.
7. Der bisherige § 6 wird aufgehoben und nach dem neuen § 6 werden folgende §§ 7 bis 9 eingefügt:

„§ 7

Unterstützung des Zugangs zu Verbraucherinformationen

(1) Die informationspflichtigen Stellen ergreifen Maßnahmen, um den Zugang zu den bei ihnen verfügbaren Verbraucherinformationen zu erleichtern. Zu diesem Zweck stellen sie sicher, dass Verbraucherinformationen, über die sie verfügen, in elektronischen Datenbanken oder in sonstigen Formaten gespeichert werden, die über Mittel der elektronischen Kommunikation abrufbar sind.

(2) Die informationspflichtigen Stellen treffen praktische Vorkehrungen zur Erleichterung des Informationszugangs, beispielsweise durch

1. die Benennung von Auskunftspersonen oder Informationsstellen,
2. die Veröffentlichung von Verzeichnissen über verfügbare Verbraucherinformationen,
3. die Einrichtung öffentlich zugänglicher Informationsnetze und Datenbanken oder
4. die Veröffentlichung von Informationen über behördliche Zuständigkeiten.

(3) Die informationspflichtigen Stellen gewährleisten, dass alle Verbraucherinformationen, die von ihnen oder für sie zusammengestellt werden, auf dem gegenwärtigen Stand, exakt und vergleichbar sind.

§ 8 Unterrichtung der Öffentlichkeit

(1) Die informationspflichtigen Stellen unterrichten die Öffentlichkeit in angemessenem Umfang aktiv und systematisch über den gesundheitsbezogenen Verbraucherschutz. In diesem Rahmen verbreiten sie Verbraucherinformationen, die für ihre Aufgaben von Bedeutung sind und über die sie verfügen.

(2) Zu den zu verbreitenden Verbraucherinformationen gehören zumindest:

1. der Wortlaut von völkerrechtlichen Verträgen, das von den Organen der Europäischen Gemeinschaften erlassene Gemeinschaftsrecht sowie Rechtsvorschriften von Bund, Ländern oder Kommunen über den gesundheitsbezogenen Verbraucherschutz oder mit Bezug zum gesundheitsbezogenen Verbraucherschutz,
2. politische Konzepte sowie Pläne und Programme mit Bezug zum gesundheitsbezogenen Verbraucherschutz,
3. Berichte über den Stand der Umsetzung von Rechtsvorschriften sowie Konzepten, Plänen und Programmen nach den Nummern 1 und 2, sofern solche Berichte von den jeweiligen informationspflichtigen Stellen in elektronischer Form ausgearbeitet worden sind oder bereitgehalten werden,
4. Daten oder Zusammenfassungen von Daten aus der Überwachung von Tätigkeiten, die sich auf den gesundheitsbezogenen Verbraucherschutz auswirken oder wahrscheinlich auswirken sowie
5. zusammenfassende Darstellungen und Bewertungen der Überwachungsmaßnahmen oder anderer behördlicher Tätigkeiten oder Maßnahmen zum Schutz von Verbraucherinnen und Verbrauchern sowie Statistiken über festgestellte Verstöße gegen in § 39 Absatz 1 Satz 1 des Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuches genannte Vorschriften, soweit die Verstöße sich auf Erzeugnisse beziehen.

Im Falle des Satzes 1 Nummer 5 genügt zur Verbreitung die Angabe, wo solche Informationen zugänglich sind oder gefunden werden können. Die veröffentlichten Verbraucherinformationen werden in angemessenen Abständen aktualisiert.

(3) Die Verbreitung von Verbraucherinformationen soll in für die Öffentlichkeit verständlicher Darstellung und leicht zugänglichen Formaten erfolgen. Hierzu sollen, soweit vorhanden, elektronische Kommunikationsmittel verwendet werden. Satz 1 gilt nicht für Verbraucherinformationen, die vor Inkrafttreten des Gesetzes [vom ... (BGBl. I S. ...)] angefallen sind, es sei denn, sie liegen bereits in elektronischer Form vor.

(4) Die Anforderungen an die Unterrichtung der Öffentlichkeit nach den Absätzen 1 und 2 können auch dadurch erfüllt werden, dass Verknüpfungen zu Internet-Seiten eingerichtet werden, auf denen die zu verbreitenden Informationen zum gesundheitsbezogenen Verbraucherschutz zu finden sind. Die Wahrnehmung der Aufgaben nach § 7 kann auf bestimmte Stellen der öffentlichen Verwaltung oder private Stellen übertragen werden.

§ 9
Gebühren und Auslagen

(1) Für Amtshandlungen nach diesem Gesetz der Behörden nach § 2 Absatz 2 oder § 4 Absatz 1 Satz 3 auch in Verbindung mit Satz 4 werden Kosten (Gebühren und Auslagen) erhoben. Dies gilt nicht für die Erteilung mündlicher und einfacher schriftlicher Auskünfte, den Zugang zu Informationen nach § 2 Absatz 1 Satz 1 Nummer 1, die Einsichtnahme in Verbraucherinformationen vor Ort, Maßnahmen und Vorkehrungen nach § 7 Absatz 1 und 2 sowie die Unterrichtung der Öffentlichkeit nach § 8.

(2) Die Gebühren sind auch unter Berücksichtigung des Verwaltungsaufwandes so zu bemessen, dass der Informationsanspruch nach § 2 Absatz 1 wirksam in Anspruch genommen werden kann.

(3) Die nach Absatz 1 kostenpflichtigen Tatbestände werden durch Landesrecht bestimmt, soweit die Amtshandlungen nicht durch Behörden des Bundes vorgenommen werden.

(4) Die Bundesregierung wird ermächtigt, durch Rechtsverordnung ohne Zustimmung des Bundesrates die gebührenpflichtigen Tatbestände und die Gebührenhöhe zu bestimmen, soweit dieses Gesetz durch Stellen des Bundes ausgeführt wird. § 15 Absatz 2 des Verwaltungskostengesetzes findet keine Anwendung.“

Artikel 2
Inkrafttreten

Das Gesetz tritt am Tag nach der Verkündung in Kraft.

Begründung

A. Allgemeiner Teil

Das Verbraucherinformationsgesetz, das zum 1. Mai 2008 in Kraft trat, wurde zum einen geschaffen zwecks Verbesserung der Verbraucherinformationsrechte als Teil einer modernen Verbraucherpolitik, zum anderen vor dem Hintergrund, dass Verbraucherinnen und Verbraucher ein gesteigertes Interesse an Informationen zeigen, bevor sie sich zur Auswahl eines bestimmten Erzeugnisses entschließen. Darüber hinaus ging es um die Einebnung struktureller Informationsasymmetrien zu Lasten der Verbraucherinnen und Verbraucher. Die Verbraucherinnen und Verbraucher waren bei vielen Angeboten nicht mehr in der Lage, vorhandene Informationspotentiale zu nutzen und waren somit auf ergänzende Informationen angewiesen. (vgl. Bundesratsdrucksache 273/07, S. 11 ff. vom 27.04.2007).

Mit dem Ersten Gesetz zur Änderung des Verbraucherinformationsgesetzes wird - basierend auf den seit Inkrafttreten des Verbraucherinformationsgesetzes gesammelten Erfahrungen und darüber hinaus auch basierend auf den Erfahrungen mit dem Umweltinformationsgesetz (UIG) vom 22. Dezember 2004 (BGBl. I S. 3704) - der Anspruch auf Zugang zu Verbraucherinformationen auf Antrag genauer ausgestaltet und insgesamt gestärkt. Außerdem werden die informationspflichtigen Stellen zudem zur aktiven Verbreitung von Verbraucherinformationen verpflichtet. Hinsichtlich Inhalt und Art der zu verbreitenden Verbraucherinformationen werden im Gesetz Vorgaben festgelegt. Darüber hinaus werden die Kostenregelungen vereinfacht.

B. Besonderer Teil

Zu Artikel 1 (Änderung des Verbraucherinformationsgesetzes)

Zu Nummer 1 (§ 1)

Mit dem neu gefassten § 1 wird dem Verbraucherinformationsgesetz ein Gesetzeszweck vorangestellt. Damit wird die ursprüngliche Zielsetzung der Bundesregierung, die Gewährleistung einer umfassenden Information der Verbraucherinnen und Verbraucher (vgl. Bundesratsdrucksache 273/07, S. 13 vom 27.04.2007) hervorgehoben und deutlich gemacht, dass der Zweck des Gesetzes darin besteht, den rechtlichen Rahmen für den freien Zugang zu gesundheitsbezogenen Verbraucherinformationen bei informationspflichtigen Stellen sowie für die Verbreitung dieser Verbraucherinformationen zu schaffen.

Zu Nummer 2 (§ 2)

Es handelt sich um eine Folgeänderung aufgrund des neu gefassten § 1.

Zu Nummer 3 (§ 3)

Zu Buchstabe a)

Zu Doppelbuchstaben aa) bis cc)

Es handelt sich um Folgeänderungen aufgrund des neu gefassten § 1.

Zu Doppelbuchstabe dd)

Die bisherige Regelung in § 2 Satz 1 Buchstabe c VIG a.F., nach der andere für das betroffene Unternehmen ungünstige Untersuchungsergebnisse (z.B. Qualitätsunterschiede) im Einzelfall wettbewerbsrelevante Informationen darstellen und somit einen Ausschluss zur Folge haben können, weitet den Begriff des Betriebs- oder Geschäftsgeheimnisses über den Anwendungsbereich des § 17 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) aus und führt zu Anwendungsproblemen, da sich im Rahmen des § 17 UWG durch die obergerichtliche und höchstrichterliche Rechtsprechung eine umfangreiche Kasuistik herausgebildet hat, die Annahmen über den Inhalt des Betriebs- oder Geschäftsgeheimnisses über den lauterkeitsrechtlichen Rahmen hinaus zulässt. Auf die Regelung wird deshalb verzichtet.

Zu Buchstabe b)

Diese Änderung trägt dem durch Artikel 12 Absatz 1 und Artikel 14 des Grundgesetzes gebotenen Schutz von Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen Rechnung. Ein Betriebs- und Geschäftsgeheimnis wird nach allgemeiner Auffassung und in Anlehnung an § 17 UWG als vorliegend anerkannt, wenn Tatsachen, die im Zusammenhang mit dem Geschäftsbetrieb stehen, nur einem begrenzten Personenkreis bekannt sind und nach dem Willen des Unternehmens geheim gehalten werden sollen. Die informationspflichtige Stelle hat davon auszugehen, dass eine Betroffenheit im Sinne des § 2 Satz 1 Nr. 2 Buchstabe c VIG n.F. vorliegt, soweit übermittelte Informationen als Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse gekennzeichnet sind. Vor dem Hintergrund, dass ein Geschäfts- oder Betriebsgeheimnis jede im Zusammenhang mit einem Betrieb stehende Tatsache ist, die nicht offenkundig, sondern nur einem eng begrenzten Personenkreis bekannt ist und nach dem bekundeten, auf wirtschaftlichen Interessen beruhenden Willen des Betriebsinhabers geheim gehalten werden soll (vgl. BGH, Urt. v. 15.3.1955 – I ZR 111/53, GRUR 1955, 424, 425 – Möbelpaste; Urt. v. 1.7.1960 – I ZR 72/59, GRUR 1961, 40, 43 = WRP 1960, 241 – Wurftaubenpresse; Urt. v. 7.11.2002 – I ZR 64/00, GRUR 2003, 356, 358 = WRP 2003, 500 – Präzisionsmessgeräte), werden die informationspflichtigen Stellen mit dieser Änderung in Anlehnung an § 9 Absatz 1 Satz 3 Umweltinformationsgesetz (UIG) vom 22. Dezember 2004 (BGBl. I S. 3704) ermächtigt, sich von den möglichen Betroffenen im Einzelnen darlegen zu lassen, dass ein Betriebs- oder Geschäftsgeheimnis vorliegt.

Zu Nummer 4 (§ 4)

Es handelt sich um eine Folgeänderung aufgrund des neu gefassten § 1.

Zu Nummer 5 (§ 5)

Es handelt sich um eine Folgeänderung aufgrund des neu gefassten § 1.

Zu Nummer 6 (§ 6)

Zu Buchstabe a)

Zu Doppelbuchstaben aa) bis bb)

Es handelt sich um Folgeänderungen aufgrund des neu gefassten § 1.

Zu Buchstabe b)

Es handelt sich um eine Folgeänderung aufgrund des neu gefassten § 1.

Zu Nummer 7 (§ 6)

Es handelt sich um eine Änderung aufgrund der Aufhebung des bisherigen § 6 und der Einfügung der neuen §§ 7 bis 9.

Zu Nummer 7 (§ 7)

Der neu eingefügte § 7 VIG dient der Erleichterung der Gewährung des Zugangs zu Verbraucherinformationen auf Antrag in Anlehnung an § 7 UIG. Die Regelung dient der Unterstützung der Öffentlichkeit bei der Antragstellung ebenso wie der Erleichterung des Zugangs zu den beantragten Verbraucherinformationen. Die Ausschluss- und Beschränkungsgründe nach § 2 VIG n.F. bleiben davon unberührt.

Absatz 1 sieht vor, dass die informationspflichtigen Stellen die notwendigen Maßnahmen ergreifen, um den Zugang zu den bei ihnen verfügbaren Verbraucherinformationen zu erleichtern. Diese Stellen haben in angemessener Weise darauf hinzuwirken, dass Verbraucherinformationen in elektronischen Datenbanken oder sonstigen Formaten gespeichert werden, die über elektronische Kommunikationswege verfügbar und abrufbar sind und insoweit zur Erleichterung des Informationsflusses beitragen. Antragstellenden Personen wird kostengünstig der Zugang erleichtert und informationspflichtigen Stellen die Zugangsgewährung.

Absatz 2 sieht vor, dass die informationspflichtigen Stellen praktische Vorkehrungen zur Erleichterung des Informationszugangs treffen und zählt Maßnahmen Regelbeispiele auf, welche zu diesem Zweck getroffen werden können. Welche praktischen Maßnahmen die informationspflichtigen Stellen zur Erleichterung des Informationszugangs treffen, steht in ihrem Ermessen.

Zu Nummer 7 (§ 8)

Der neu eingefügte § 8 verpflichtet die informationspflichtigen Stellen in Anlehnung an § 10 UIG, die Öffentlichkeit in angemessenem Umfang aktiv und systematisch über den gesundheitsbezogenen Verbraucherschutz zu unterrichten. Den informationspflichtigen Stellen wird in Absatz 1 Satz 2 zu diesem Zweck aufgegeben, Verbraucherinformationen, über die sie verfügen und die für ihre Aufgaben relevant sind, zu verbreiten.

Die informationspflichtigen Stellen sind dabei jeweils nur insoweit zur aktiven Verbreitung von Verbraucherinformationen verpflichtet, wie ihr sachlicher und räumlicher Zuständigkeitsbereich reicht. Allerdings können die informationspflichtigen Stellen auch Andere mit der aktiven Verbreitung beauftragen oder ihre Aktivitäten bündeln und etwa durch Links auf Internetseiten auf gemeinsame Internetplattformen verwei-

sen, wie in Absatz 4 VIG n. F. vorgesehen, oder auf sonstige Aktivitäten verweisen, durch die die entsprechenden Informationen verbreitet werden.

Absatz 2 benennt in Satz 1 Nr. 1-5 Mindestvorgaben bezüglich des Inhalts der von den informationspflichtigen Stellen nach Absatz 1 zu veröffentlichenden Verbraucherinformationen.

Die in Absatz 2 Satz 1 Nummer 1 genannten Informationen müssen in jedem Fall veröffentlicht werden.

Politische Konzepte im Sinne von Absatz 2 Satz 1 Nummer 2 sind fertige Konzepte, die von der Leitung der Stelle der öffentlichen Verwaltung gebilligt wurden. Im Entstehen befindliche Konzepte und Entwürfe werden nicht erfasst. Beispiele für politische Konzepte sind das 13-Punkte-Papier der Verbraucherschutzministerkonferenz zur Lebensmittelsicherheit oder der Aktionsplan gegen Allergien des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz.

Absatz 2 Satz 1 Nummer 4 erfasst Informationen aus Überwachungsmaßnahmen und Absatz 2 Satz 1 Nummer 5 erfasst alle Daten, die als Tätigkeiten oder Maßnahmen zum Verbraucherschutz zu subsumieren sind, insbesondere statistische Angaben zu festgestellten Verstößen gegen die in § 39 Absatz 1 Satz 1 des Lebensmittel-, Bedarfsgegenstände- und Futtermittelgesetzbuches (LFBG) genannten Vorschriften (vgl. Bundesratsdrucksache 273/07, S. 21 vom 27.04.2007).

In Absatz 2 Satz 2 ist für die in Satz 1 Nummer 5 genannten Informationen eine Erleichterung vorgesehen. Für diese Verbraucherinformationen reicht es, wenn die Angabe, wo sie zugänglich sind oder gefunden werden können, veröffentlicht wird.

Für die nach Absatz 2 Nummer 1 bis 5 als Mindestvorgabe zu veröffentlichenden Verbraucherinformationen gilt, dass die informationspflichtigen Stellen jeweils insoweit zur aktiven Verbreitung von Verbraucherinformationen verpflichtet sind, wie ihr sachlicher und räumlicher Zuständigkeitsbereich reicht.

Zu Nummer 7 (§ 9)

Nach Absatz 1 Satz 1 können grundsätzlich Kosten (Gebühren und Auslagen) erhoben werden. Absatz 1 Satz 2 bestimmt hiervon Ausnahmen in Anlehnung an § 12 UIG. Für mündliche und einfache schriftliche Auskünfte, die Einsichtnahme in Verbraucherinformationen vor Ort, sowie Maßnahmen und Vorkehrungen nach § 7 Absatz 1 und 2 VIG n.F. sowie bei der Verbreitung von Verbraucherinformationen nach § 8 VIG n.F. dürfen keine Kosten erhoben werden. Die Einsichtnahme vor Ort nach Absatz 1 Satz 2 umfasst nur die tatsächliche Einsichtnahme an Ort und Stelle einschließlich der notwendigen Vorbereitungsmaßnahmen. Wird im Zusammenhang mit der Einsichtnahme auch die Herausgabe von mehr als nur wenigen Duplikaten beantragt, wird hierdurch ein neuer Gebührentatbestand eröffnet, der nicht mehr durch die gebührenfreie Einsichtnahme vor Ort abgedeckt ist.

Absatz 2 Satz 1 enthält in Anlehnung an § 12 Absatz 2 UIG den Grundsatz, dass Gebühren auch unter Berücksichtigung des Verwaltungsaufwandes so zu bemessen sind, dass der Informationsanspruch nach § 2 Absatz 1 VIG n.F. wirksam in Anspruch genommen werden kann.

Die informationspflichtige Stelle hat somit im Einzelfall zu entscheiden, ob die Geltendmachung des gesamten Verwaltungsaufwandes geeignet wäre, die antragstellende Person von der Inanspruchnahme des Verbraucherinformationsrechts abzuhalten. In diesem Fall ist die Gebührenhöhe so zu reduzieren, dass eine wirksame Inanspruchnahme des Zugangs auf Verbraucherinformationen gewährleistet ist. Die informationspflichtigen Stellen können in dem durch § 9 VIG n.F. gesteckten Rahmen bei der Gebührenbemessung auch den wirtschaftlichen Wert der Verbraucherinformationen für die antragstellende Person berücksichtigen.

Die Absätze 3 und 4 entsprechen in ihrem Regelungsgehalt § 6 Absatz 2 und 3 VIG a.F.

Zu Artikel 2 (Inkrafttreten)

Der Artikel regelt das Inkrafttreten des Gesetzes.