

Inhalt

1	Einleitung	5
1.1	Bestehende Regelungen zur Verbraucherinformation	5
1.2	Bisherige Anläufe für ein Verbraucherinformationsgesetz	6
1.3	Ziel und Regelungsinhalt des Neuregelungsgesetzes	6
2	Regelungsgehalt des Verbraucherinformationsgesetzes (VIG)	7
2.1	§ 1 Anspruch auf Zugang zu Informationen	7
2.1.1	Gesetzestext	7
2.1.2	Erläuterungen	8
2.1.2.1	Anspruchsberechtigter	8
2.1.2.2	Anspruchsinhalt	9
2.1.2.3	Anspruchsverpflichtete Stellen	10
2.1.2.4	Konkurrenzklausele	11
2.2	§ 2 Ausschluss- und Beschränkungsgründe	12
2.2.1	Gesetzestext	12
2.2.2	Erläuterungen	13
2.2.2.1	Entgegenstehende öffentliche Belange	13
2.2.2.2	Entgegenstehende private Belange	15
2.3	§ 3 Antrag	17
2.3.1	Gesetzestext	17
2.3.2	Erläuterungen	18
2.3.2.1	Ablehnungsgründe	18
2.3.2.2	Missbrauchsfälle	19
2.4	§ 4 Antragsverfahren	19
2.4.1	Gesetzestext	19
2.4.2	Erläuterungen	20
2.5	§ 5 Informationsgewährung	21
2.5.1	Gesetzestext	21
2.5.2	Erläuterungen	21
2.5.2.1	Art und Weise des Informationszugangs	21
2.5.2.2	Verständlichkeit der Information	22
2.5.2.3	Fehlende Verpflichtung zur Prüfung der inhaltlichen Richtigkeit	22
2.6	§ 6 Gebühren und Auslagen	23
2.6.1	Gesetzestext	23
2.6.2	Erläuterungen	23
3	Art. 2 Änderung des Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuches	24
3.1	Gesetzestext § 40 LFGB (neue Fassung) Information der Öffentlichkeit	24
3.2	Erläuterungen zu den vorgenommenen Änderungen	25
3.2.1	Änderung der „Kann“-Regelungen in „Soll“-Regelungen	25
3.2.2	Hinweismöglichkeit auf Information durch Unternehmen	26
3.2.3	Streichung des bisherigen § 40 Abs. 4 LFGB	26
4	Art. 3 Änderung des Weingesetzes und Art. 4 Inkrafttreten	27
5	Schlussbetrachtung	27

6 Verbraucherinformationsgebührenverordnung	29
6.1 Anlage (zu § 1 Satz VIGGebV) Gebührenverzeichnis	30
7 Weiterführende Literatur	31
7.1 Kommentare/Broschüren zum VIG	31
7.2 Aufsätze zum VIG	31
7.3 Kommentare zum IFG	31
7.4 Kommentare zum LFGB	32