

N i e d e r s c h r i f t
über die 41. - öffentliche - Sitzung
des Unterausschusses „Verbraucherschutz“
des Ausschusses für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz
am 15. April 2026
Hannover, Landtagsgebäude

Tagesordnung:

Seite:

1. **Gesunde Ernährung für Kinder und Jugendliche: Bildungsangebote bündeln - Kontrolllücken schließen - Verbraucherrechte stärken**
Antrag der Fraktion der CDU - [Drs. 19/9783](#)
Unterrichtung durch die Landesregierung..... 4
Aussprache 9
Verfahrensfragen..... 11

2. **Antrag auf Unterrichtung durch die Landesregierung zu Rückrufen von Säuglingsnahrung wegen möglicher Cereulid-Belastung**
Beratung 13
Beschluss..... 13

3. **Terminangelegenheiten**..... 14

Anwesend:

Mitglieder des Unterausschusses:

1. Abg. Thore Güldner (SPD), Vorsitzender
2. Abg. Sebastian Penno (i. V. des Abg. Jörn Domeier) (SPD)
3. Abg. Stefan Klein (SPD)
4. Abg. Oliver Lottke (SPD) (per Videokonferenztechnik zugeschaltet)
5. Abg. Karola Margraf (SPD)
6. Abg. Corinna Lange (i. V. der Abg. Andrea Prell) (SPD) (per Videokonferenztechnik zugeschaltet)
7. Abg. Veronika Bode (CDU)
8. Abg. Hartmut Moorkamp (i. V. der Abg. Birgit Butter) (CDU)
9. Abg. Katharina Jensen (CDU)
10. Abg. Verena Kämmerling (CDU) (per Videokonferenztechnik zugeschaltet)
11. Abg. Dirk Toepffer (CDU)
12. Abg. Pascal Leddin (GRÜNE)
13. Abg. Heiko Sachtleben (i. V. des Abg. Christian Schroeder) (GRÜNE) (per Videokonferenztechnik zugeschaltet)
14. Abg. Holger Kühnlenz (AfD)

Von der Landtagsverwaltung:

Regierungsrat Biela.

Niederschrift:

Ministerialrätin Dr. Kresse, Stenografischer Dienst.

Sitzungsdauer: 11:00 Uhr bis 11:43 Uhr.

Außerhalb der Tagesordnung:

Billigung von Niederschriften

Der **Unterausschuss** billigt die Niederschriften über die 38. und 39. sowie die 40. Sitzung.

Tagesordnungspunkt 1:

Gesunde Ernährung für Kinder und Jugendliche: Bildungsangebote bündeln - Kontrolllücken schließen - Verbraucherrechte stärken

Antrag der Fraktion der CDU - [Drs. 19/9783](#)

direkt überwiesen am 11.02.2026

AfELuV

vorbereitende Beratung gem. § 12 Abs. 3 GO LT: UAVerbrSch

zuletzt beraten: 40. Sitzung am 18. Februar 2026 (Bitte um Unterrichtung)

Unterrichtung durch die Landesregierung

Frau **Dr. Heuer** (ML): In der erbetenen Unterrichtung werde ich zu den Ziffern 1 bis 3 sowie 5, 7 und 8 Stellung nehmen, zu den Ziffern 4, 6 und 9 und 10 - das ist der juristische Part - wird Herr Reiners ausführen.

Die ersten drei Ziffern des Entschließungsantrages gehen auf Niedersachsens Ernährungsstrategie (NES) ein sowie in diesem Zusammenhang auf die Themen Ernährungsbildung und soziale Medien sowie die Zielgruppe junger Menschen und die Umsetzung von Maßnahmen.

Direkt im Einleitungsteil von Niedersachsens Ernährungsstrategie wird das Thema soziale Medien angesprochen und anerkannt, dass das ein wichtiges Feld in der heutigen Zeit ist.

Das Handlungsfeld Ernährungsbildung stellt eines der fünf zentralen Handlungsfelder der Ernährungsstrategie dar und umfasst 17 konkrete Handlungsempfehlungen. Der Einfluss der sozialen Medien wird nicht durch eine Maßnahme explizit adressiert, aber die aufgeführten 17 Maßnahmen richten sich an verschiedene Zielgruppen, Settings oder Strukturen, welche Social Media immer miteinschließen. So wird beispielsweise hervorgehoben, dass Ernährungsbildung „zielgruppenorientiert, anwendungsnah und neutral“ sowie „qualitätsgesichert“ sein sollte - was bei der Nutzung von Medien bei den Methoden der Ernährungsbildung alle Medienarten betrifft, inklusive der sozialen Medien.

Weiterhin adressieren mehrere Maßnahmen von NES die Gemeinschaftsverpflegung sowie die Ernährungs- und Verbraucherbildung in Kitas und Schulen als wichtige Orte, um junge Menschen zu einer „selbstbestimmten und verantwortungsbewussten Ernährungsweise, die Gesundheitsförderung und nachhaltige Entwicklung berücksichtigt“, zu befähigen. Hierbei geht es zum Beispiel um die Verankerung von Qualitätsstandards, die Implementierung der Ernährungsbildung in Aus-, Fort- und Weiterbildung von Lehrkräften und pädagogischem Personal oder auch die Ausweitung außerschulischer Lernorte im Bereich Ernährung.

Kurzum: Aus Sicht des ML bedienen die Maßnahmen von NES die Themen Ernährungsbildung - als ein extra Handlungsfeld -, die sozialen Medien, die in allen Maßnahmen mit einbezogen sind, sowie die Zielgruppe Kinder und Jugendliche - das ist ein Schwerpunkt der NES - ausreichend. Eine extra Strategie ist daher aus unserer Sicht nicht notwendig. Eine erneute Formulierung von Empfehlungen würde nicht gleichbedeutend mit einer verstärkten oder verbesserten Umsetzung der bestehenden Empfehlungen sein. Es kommt vielmehr auf die entsprechende

Verteilung von Zuwendungen und Aufträgen an agierende Akteurinnen und Akteure in dem Feld sowie den Informationsfluss, die Vernetzung und die Nutzung von Synergien an, um die Umsetzung zu fördern.

Viele der Maßnahmen befinden sich in Umsetzung - nicht zuletzt durch die Projekte der politischen Liste, wie das Großprojekt „Schulmensen zu Lernorten“, das jetzt volle Fahrt aufgenommen hat, und die Aufstockung der Vernetzungsstelle Schulverpflegung, die auch über ein Projekt der politischen Liste erfolgt ist und zum Beispiel den Standort Hannover und weitere, auch digitale Felder bedient. Die Entschließung des Landtages „Gemeinschaftsverpflegung in Kitas, Schulen, Senioreneinrichtungen und Kantinen stärken - DGE-Standards verbindlich umsetzen“ in der Drucksache 19/7407, welche sich gerade in Umsetzung befindet, beinhaltet etliche Empfehlungen von NES im Bereich Kinder und Jugendliche.

Ziffer 5 des Antrags fokussiert das Thema Stärkung der Medienkompetenz. Hierzu nimmt das Kultusministerium wie folgt Stellung:

Ziel ist es, die Medien- und Ernährungskompetenz junger Menschen nachhaltig zu stärken und damit einen Beitrag zur Erfüllung des Bildungs- und Erziehungsauftrages gemäß § 2 des Niedersächsischen Schulgesetzes zu leisten. Die Schulen arbeiten hier eigenverantwortlich im Rahmen ihrer schuleigenen Arbeitspläne und Konzepte zur Gesundheitsförderung.

Für die berufsbildenden Schulen als regionale Kompetenzzentren gilt der verbindliche Strategische Handlungsrahmen des Niedersächsischen Kultusministeriums von 2023, der den Schulen aufgibt, die langfristigen Aufträge „Lernen in der digitalen Welt“ und „Demokratiebildung stärken“ über entsprechende Handlungsfelder sowie strategische Zielsetzungen umzusetzen.

Der Kompetenzerwerb im Kontext von digitalen Arbeits- und Geschäftsprozessen ist als Querschnittsaufgabe in Schule angelegt, um die grundlegende Zielsetzung beruflicher Bildung - der Erwerb einer umfassenden Handlungskompetenz - zu erreichen. Dies beinhaltet unter anderem auch die kritische Auseinandersetzung und den Umgang mit digital vernetzten Medien und den Folgen der Digitalisierung für die Lebens- und Arbeitswelt junger Menschen.

Ziffer 7 des Antrags adressiert die Berücksichtigung des aktuellen Mediennutzungsverhaltens speziell junger Menschen im Bereich der öffentlichen Angebote der Ernährungsbildung.

Das Mediennutzungsverhalten unterscheidet sich mit den Altersklassen. Tendenziell nimmt die Nutzung digitaler Medien ab einem gewissen Alter zu und erreicht eine starke Ausprägung bei den Jugendlichen. Dies geht mit der Nutzung von Social Media überein. Sprich: Die Methoden der Ernährungsbildung sollten sich an den Altersklassen orientieren und jeweils mit Medien arbeiten, mit welchen die entsprechende Zielgruppe bzw. Altersgruppe gut erreichbar ist. Dies bedeutet nicht, dass sich bei Jugendlichen ausschließlich auf Social Media konzentriert werden sollte - auf den Mix kommt es an, um Jugendliche sowohl über Social Media als auch über andere Medien zu erreichen.

Die Einbeziehung der sozialen Medien in die Ernährungsbildung sowie allgemein der Schwerpunkt auf Kindern und Jugendlichen spiegelt sich in den vom ML geförderten Projekten wider. So hat beispielsweise die Verbraucherzentrale Niedersachsen den Bereich Social Media im Themenfeld Lebensmittel und Ernährung in den letzten Jahren stark ausgebaut. Um wissenschaftlich fundierte Inhalte stärker sichtbar zu machen, wurden neben regelmäßigen Beiträgen auf zum Beispiel Instagram eigene Kurzvideos - die sogenannten Reels - zu ausgewählten

Ernährungsthemen produziert. 2025 sind zum Beispiel 62 Social-Media-Beiträge aus dem Bereich Ernährung und Lebensmittel von der Verbraucherzentrale im Rahmen des geförderten Projekts gepostet worden.

Des Weiteren führt die Verbraucherzentrale Niedersachsen Aufklärungs- und Informationsveranstaltungen für die Zielgruppe Kinder- und Jugendliche im Rahmen von Workshops durch - auch im Rahmen der Förderung. Diese beinhalten zum Teil auch die digitale Mediennutzung bzw. die Aufklärung zu Werbung und dazu, wie man diese erkennt. Beim Workshop „Mach-Bar-Tour“ geht es um das Thema Trendgetränke und unter anderem um Werbung und Wirklichkeit im Netz, um Probleme mit Trendgetränken für die Jugendlichen erkennbar zu machen.

Eine Reihe weiterer Institutionen bedienen zunehmend Social Media, zum Beispiel das Zentrum für Ernährung und Hauswirtschaft Niedersachsen, das stark in die Reels eingestiegen ist, oder die Deutsche Gesellschaft für Ernährung. Und wie bereits erwähnt bildet in der Umsetzung die Förderung von Projekten mit der Zielgruppe Kinder und Jugendliche einen Schwerpunkt.

Ziffer 8 des Antrags fokussiert auf Aus- und Weiterbildungsangebote in den Bereichen Ernährung und Gesundheit in Hinblick auf die Berücksichtigung des aktuellen Mediennutzungsverhaltens junger Menschen. Hierzu nimmt das MK wie folgt Stellung:

Alle Curricula und Rahmenlehrpläne im Berufsbereich Ernährung und Hauswirtschaft beinhalten die Qualitätsbeurteilung von Lebensmitteln vor dem Hintergrund einer gesundheitspräventiven Ernährung von unterschiedlichen Personengruppen, demgemäß auch junger Menschen.

Das Mediennutzungsverhalten junger Menschen in der beruflichen Bildung zu berücksichtigen, ist durch das Niedersächsische Kultusministerium als schulische Querschnittsaufgabe definiert.

Vor diesem Hintergrund und auf Basis der gültigen Curricula ist eine Anpassung der Curricula bzw. der Ausbildungsverordnungen für den Berufsbereich Ernährung und Hauswirtschaft nicht erforderlich.

RD Reiners (ML): Ich gebe Ihnen nun einen Überblick zu den Ziffern 4, 6, 9 und 10 des Entschließungsantrags.

Nach dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, dem UWG, sind unlautere geschäftliche Handlungen unzulässig. In Zusammenhang mit der Tätigkeit von Influencern ist insbesondere § 5 a Abs. 4 UWG einschlägig. Nach dieser Vorschrift handelt unlauter, wer den kommerziellen Zweck einer geschäftlichen Handlung nicht kenntlich macht, sofern sich dieser nicht unmittelbar aus den Umständen ergibt und das Nichtkenntlichmachen geeignet ist, den Verbraucher oder sonstigen Marktteilnehmer zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er anderenfalls nicht getroffen hätte. Werbung muss also erkennbar sein oder kenntlich gemacht werden. Die Durchsetzung von Vorschriften des UWG erfolgt überwiegend auf dem Zivilrechtsweg durch Wettbewerber oder durch in § 8 Abs. 3 UWG genannte Wirtschafts- oder Verbraucherverbände.

Inhaltliche Anforderungen zur Bewerbung von Lebensmitteln ergeben sich insbesondere aus der Lebensmittelinformationsverordnung und der sogenannten Health-Claims-Verordnung. Artikel 7 der Lebensmittelinformationsverordnung bestimmt, dass Informationen über Lebensmittel nicht irreführend sein dürfen. Sie müssen zutreffend, klar und für die Verbraucher leicht verständlich sein. Die Health-Claims-Verordnung regelt nährwert- und gesundheitsbezogene

Angaben bei Lebensmitteln, die in kommerziellen Mitteilungen bei der Kennzeichnung oder bei der Werbung für Lebensmittel gemacht werden, die als solche an den Endverbraucher abgeben werden sollen. Artikel 3 verbietet insbesondere falsche, mehrdeutige oder irreführende Angaben. Es darf auch nicht zum übermäßigen Verzehr eines Lebensmittels ermutigt oder dieser wohlwollend dargestellt werden.

Weitere Anforderungen ergeben sich aus dem Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV). Hierzu hat uns die Staatskanzlei einen Beitrag übersandt:

Gemäß § 6 Abs. 5 JMStV darf Werbung für alkoholische Getränke sich weder an Kinder oder Jugendliche richten noch durch die Art der Darstellung Kinder und Jugendliche besonders ansprechen oder diese beim Alkoholgenuss darstellen. Darüber hinaus treffen die Anbieter geeignete Maßnahmen, um die Einwirkung von im Umfeld von Kindersendungen verbreiteter Werbung für Lebensmittel, die Nährstoffe und Substanzen mit ernährungsbezogener oder physiologischer Wirkung enthalten, insbesondere Fett, Transfettsäuren, Salz, Natrium, Zucker, deren übermäßige Aufnahme im Rahmen der Gesamternährung nicht empfohlen wird, auf Kinder wirkungsvoll zu verringern. Weitergehende medienrechtliche Maßnahmen zur Verhinderung von Fehl- und Desinformation rund um das Thema Ernährung sind gegenwärtig nicht geplant.

Die Bewerbung von Lebensmitteln ist also hinsichtlich der Kennzeichnung und der inhaltlichen Anforderungen umfassend reguliert.

Für nicht werbliche Fehl- und Desinformation über Ernährung gibt es keine vergleichbare Regulierung. Fragwürdige Ernährungsvorschläge sind keine neue Erscheinung. Seit Jahrzehnten werden in Zeitschriften und Online-Portalen unterschiedlichste Diäten beworben und sofortiger Erfolg versprochen. Jünger ist allerdings das Phänomen, dass jeder im Internet seine Meinungen und Ideen zu beliebigen Themen veröffentlichen kann und diese Möglichkeit intensiv genutzt wird. Eine mögliche Regulierung müsste sich an Artikel 5 des Grundgesetzes messen lassen, denn eine Äußerung zur Ernährung wird regelmäßig ein Element der Stellungnahme, des Dafürhaltens, des Meinens im Rahmen der geistigen Auseinandersetzung, also eine grundrechtlich geschützte Meinung, enthalten. Rechtlich unerheblich ist, ob die Äußerung wertvoll oder wertlos, richtig oder falsch, emotional oder rational begründet ist. Nach Artikel 5 Abs. 2 Grundgesetz findet die Meinungsfreiheit insbesondere in den gesetzlichen Bestimmungen zum Schutze der Jugend eine Schranke. Eine Regulierung von Fehl- und Desinformation über Ernährung mit dem Ziel des Jugendschutzes erscheint folglich nicht gänzlich ausgeschlossen.

Die Durchsetzung des vorhandenen Rechts gegenüber den Personen, die Werbung nicht kenntlich machen, obwohl sie dies müssten, oder gegen inhaltliche Anforderungen zur Bewerbung von Lebensmitteln verstoßen, stößt in der Praxis wortwörtlich an Grenzen. Es gilt regelmäßig das Marktortprinzip, sodass europäisches Recht auch für Werbetreibende mit Sitz im außereuropäischen Ausland Anwendung findet. Allerdings ist die Rechtsdurchsetzung erschwert, wenn es an Rechtshilfeabkommen fehlt. Dies wurde auch von der EU-Kommission im „Fitness Check of EU consumer law on digital fairness“ erkannt. Diese Untersuchung dient der Arbeit an dem Entwurf eines Digital Fairness Acts, der Verbraucherinnen und Verbraucher vor manipulativen Online-Praktiken schützen soll und zum Ende des laufenden Jahres erwartet wird. Die Kommission erwägt, die sogenannte CPC-Verordnung künftig auch auf Händler aus Drittstaaten anzuwenden. CPC steht für Consumer Protection Cooperation. Die Verordnung regelt die Zusammenarbeit der Mitgliedstaaten, um Verbraucherschutzgesetze auch grenzüberschreitend

durchzusetzen. Unklar erscheint allerdings noch, wie eine Reform der EU-CPC-Verordnung Effekte auf Akteure in Drittstaaten haben könnte.

Während eine Sanktionierung der unmittelbar handelnden Akteure praktisch schwierig sein kann, bietet der sogenannte Digital Services Act (DSA) immerhin die Chance, rechtswidrige Inhalte durch Social-Media-Anbieter entfernen zu lassen. Der Digital Services Act gilt für sogenannte Vermittlungsdienste, zu denen insbesondere der „Hosting-Dienst“ gehört. Dieser besteht darin, von einem Nutzer bereitgestellte Informationen in dessen Auftrag zu speichern. Der Hosting-Diensteanbieter haftet gemäß Artikel 6 DSA nicht für die im Auftrag eines Nutzers gespeicherten Informationen, „sofern er

- a) keine tatsächliche Kenntnis von einer rechtswidrigen Tätigkeit oder rechtswidrigen Inhalten hat und sich in Bezug auf Schadenersatzansprüche auch keiner Tatsachen oder Umstände bewusst ist, aus denen eine rechtswidrige Tätigkeit oder rechtswidrige Inhalte offensichtlich hervorgeht, oder
- b) sobald er diese Kenntnis oder dieses Bewusstsein erlangt, zügig tätig wird, um den Zugang zu den rechtswidrigen Inhalten zu sperren oder diese zu entfernen“.

Die Anbieter sind nach Artikel 8 DSA auch nicht verpflichtet, die von ihnen gespeicherten Informationen zu überwachen oder aktiv nach Umständen zu forschen, die auf eine rechtswidrige Tätigkeit hindeuten. Sie sind aber nach Artikel 16 DSA verpflichtet, ein Verfahren einzurichten, mit dem Personen oder Einrichtungen ihnen das Vorhandensein von Einzelinformationen in ihren Diensten melden können, die die betreffende Person oder Einrichtung als rechtswidrige Inhalte ansieht. Die Meldungen bewirken nach Absatz 3, dass für die Zwecke des Artikels 6 von einer tatsächlichen Kenntnis oder einem Bewusstsein in Bezug auf die betreffende Einzelinformation ausgegangen wird, wenn sie es einem sorgfältig handelnden Anbieter von Hostingdiensten ermöglicht, ohne eingehende rechtliche Prüfung festzustellen, dass die einschlägige Tätigkeit oder Information rechtswidrig ist. Die durch die Meldung erlangte Kenntnis führt im Rahmen von Artikel 6 Abs. 1 Buchst. b DSA zu der Pflicht, den Zugang zu dem rechtswidrigen Inhalt zu sperren oder diesen zu entfernen.

Da der DSA selbst nicht das Bewerben von Lebensmitteln regelt, kommt es hinsichtlich der Rechtswidrigkeit eines Inhalts auf das Fachrecht an. Ich hatte diesbezüglich eingangs insbesondere die Lebensmittelinformationsverordnung erwähnt.

Die Ziffern 9 und 10 betreffen das Vertragsverhältnis von Verbraucherinnen und Verbrauchern zu Ernährungscoaches. Kinder und Jugendliche sind bereits durch das Bürgerliche Gesetzbuch gut geschützt. Zwischen der Vollendung des siebten Lebensjahres und der Volljährigkeit sind sie in der Geschäftsfähigkeit beschränkt. Willenserklärungen dieser Personengruppe bedürfen der vorherigen Einwilligung oder nachträglichen Genehmigung des gesetzlichen Vertreters.

Eine Ausnahme von diesem Grundsatz macht der als Taschengeldparagraf bezeichnete § 110 BGB. Demnach gilt ein von einem Minderjährigen ohne Zustimmung des gesetzlichen Vertreters geschlossener Vertrag als von Anfang an wirksam, wenn der Minderjährige die vertragsmäßige Leistung mit Mitteln bewirkt, die ihm zu diesem Zweck oder zu freier Verfügung von dem Vertreter oder mit dessen Zustimmung von einem Dritten überlassen worden sind. Es erscheint nicht gänzlich ausgeschlossen, dass ein Minderjähriger im Rahmen des § 110 BGB wirksam einen Vertrag über ein Ernährungscoaching abschließen kann.

Unter Umständen kann allerdings ein Online-Coaching-Vertrag gegen das gesetzliche Verbot aus § 12 Abs. 1 Fernunterrichtsschutzgesetz verstoßen. Nach dieser Vorschrift bedürfen sogenannte Fernlehrgänge der Zulassung. Der BGH hat in den vergangenen Jahren in unterschiedlichen Fallgestaltungen erkannt, dass es sich bei einem Online-Coaching um einen Fernlehrgang im Sinne des Fernunterrichtsschutzgesetzes handeln kann. Fehlt die Zulassung nach § 12 des Gesetzes, ist der Vertrag gemäß § 7 Abs. 1 Fernunterrichtsschutzgesetz nichtig. Empfangene Leistungen sind gemäß § 812 BGB herauszugeben.

Nach einem wirksamen Vertragsschluss kann das Dienstverhältnis gemäß § 626 Abs. 1 BGB aus wichtigem Grund gekündigt werden. Ohne wichtigen Grund ist die Kündigung nach § 627 Abs. 1 BGB möglich, sofern es sich bei dem Coaching um Dienste höherer Art handelt, die aufgrund besonderen Vertrauens übertragen zu werden pflegen. Der BGH hat beispielsweise erkannt, dass es sich bei einem „Vertrag über eine Therapie zur Gewichtsabnahme mittels einer Beratung zur Ernährungsumstellung und der täglichen Injektion eines homöopathischen Mittels“ um ein Dienstverhältnis im Sinne der genannten Vorschrift handelt. Damit ist ein solcher Vertrag ohne wichtigen Grund kündbar. Die Folgen der Kündigung für den Vergütungsanspruch richten sich nach § 628 BGB. Nach Absatz 1 Satz 1 kann der Verpflichtete, also zum Beispiel der Ernährungscoach, einen seinen bisherigen Leistungen entsprechenden Teil der Vergütung verlangen. Unter den Voraussetzungen von § 628 Abs. 1 Satz 2 BGB kann der Vergütungsanspruch entfallen. Gegebenenfalls erbrachte Vorleistungen sind dann nach Satz 3 zurückzuzahlen.

Aussprache

Abg. **Katharina Jensen** (CDU): Frau Dr. Heuer, Sie sind detailliert auf die im Antrag formulierten Punkte zu den Bereichen Ernährungsstrategie, Medienkompetenz und Anpassung der Curricula eingegangen.

Um das einmal zusammenzufassen - bitte korrigieren Sie mich, wenn Sie es anders gemeint haben -: Sie würden seitens des Ministeriums sagen, dass in den Bereichen, die wir im Antrag beschrieben haben, im Prinzip schon alles auf dem Weg ist und genug getan wird - auch mit Blick auf die finanzielle Ausstattung über die politische Liste?

Frau **Dr. Heuer** (ML): Das haben Sie perfekt zusammengefasst.

Abg. **Katharina Jensen** (CDU): Herr Reiners, Ihre Ausführungen haben sich auf die Punkte bezogen, die mich bei der Erstellung des Antrags auch am meisten umgetrieben haben. Denn in den sozialen Medien sehen wir viel Unfug - so will ich es einmal nennen - und viele Falschaussagen, was die Themen Ernährung und Ernährungsbildung betrifft.

Sie haben auch den Digital Services Act und das Thema Vertragsabschluss für Online-Coachings angesprochen. Ist denn Ihrer Meinung nach der Digital Services Act hinreichend wirksam, oder haben Sie in diesem Zusammenhang Verbesserungsvorschläge? Nach meiner Wahrnehmung sind in den sozialen Medien viele Influencer mit Bezeichnungen unterwegs, die viel Kompetenz ausstrahlen sollen, die aber Ernährungsempfehlungen geben, die wohl kein ausgebildeter Ernährungsberater unterschreiben würde. Meine Wahrnehmung als Verbraucherin ist deshalb, dass Jugendliche und insbesondere Kinder nicht ausreichend geschützt sind.

RD **Reiners** (ML): Inwiefern der Digital Services Act wirkt, ist eine empirische Frage. Auch mein subjektiver Eindruck ist, dass in den sozialen Medien im Bereich Ernährung viel „Blödsinn“ angezeigt wird. Der Digital Services Act ist erst seit etwa zwei Jahren in Kraft, sodass man vielleicht noch eine Zeit lang schauen muss, ob er eine noch stärkere Wirkung entfalten wird, als er es heute tut.

Stichwort „anekdotische Evidenz“: Ich habe auf unterschiedlichen Plattformen einige Experimente gemacht und zum Beispiel sozusagen nach Werbung für Magersucht gesucht - dieses Thema wurde in den vergangenen Jahren viel diskutiert. Bei TikTok zum Beispiel wurde direkt ein Warnhinweis und ein Hinweis darauf, wo man Hilfe findet, angezeigt, als ich nach „Ana“ - also Anorexie - gesucht habe. Was angezeigt wird, hängt natürlich davon ab, wie man sucht. Ich habe auch andere Begriffe eingegeben, um zu gucken, inwiefern schlanke Personen angezeigt werden, die natürlich als Vorbild fungieren können. Wenn man zum Beispiel nach „Skinny Jeans“ sucht, findet man natürlich extrem schlanke Personen, ohne dass diese unbedingt eine Aussage dazu treffen müssen, warum sie so schlank sind. Hier ist eine Abgrenzung, glaube ich, häufig schwierig.

Abg. **Holger Kühnlenz** (AfD): Wer genau definiert denn falsche Informationen bzw. stellt verbindlich fest, dass es sich um Fehl- oder Desinformation handelt?

RD **Reiners** (ML): Wie ich dargestellt habe, gibt es für nicht werbliche Fehl- und Desinformation über Ernährung aktuell keine Regulierung. Wenn zum Beispiel ein Influencer behauptet, es sei eine Superidee, sich ausschließlich von rohem Fleisch zu ernähren, kann er das tun. Das wäre erst einmal nicht verboten. Aber Sie würden es wahrscheinlich für eine Fehlinformation halten, dass das eine gute Idee ist.

Abg. **Holger Kühnlenz** (AfD): Zum Thema Kosten und Bürokratie: Wie hoch wären die zusätzlichen Verwaltungsaufwendungen bzw. welche Mittel würden benötigt, um den Antrag umzusetzen?

Und gibt es Zahlen zur Nutzung von Ernährungs-Online-Coachings und -Seminaren durch Jugendliche?

RD **Reiners** (ML): Zahlen dazu, in welchem Umfang diese Coaching-Angebote insbesondere durch Kinder und Jugendliche genutzt werden, liegen uns nicht vor.

Eine Kostenfolgeabschätzung mit Blick auf den Antrag haben wir noch nicht vorgenommen, weil wir noch nicht wissen, inwiefern etwas konkret beschlossen und gegebenenfalls wie reguliert wird.

Abg. **Verena Kämmerling** (CDU): Sie haben vorgetragen, dass man bei der gezielten Suche zum Beispiel nach Erkrankungen wie Magersucht auf den Plattformen Warnhinweise findet.

Aber auf den Social-Media-Plattformen sind ja auch Menschen unterwegs, die sich als Ernährungsberater oder zertifizierte Ernährungskoaches usw. bezeichnen - das sind keine geschützten Begriffe - und viele Menschen erreichen. Ich nenne das Beispiel einer Influencerin, die sich auf Instagram als Ernährungsberaterin bezeichnet und dort über 154 000 Follower hat. Sie propagiert vegane Ernährung, ernährt sich aber nur von Fructose und Kohlenhydraten und damit überhaupt nicht ausgewogen, sondern falsch. Wir in diesem Raum können das erkennen, aber junge Menschen vielleicht nicht, sodass die Gefahr besteht, dass sie dadurch beeinflusst werden.

Deshalb ist meine Frage: Wer darf sich Ernährungsberater nennen? Und gibt es eine Möglichkeit, dem nachzugehen, wenn einem solche Influencer auffallen?

Frau **Dr. Heuer** (ML): Die Berufsbezeichnung Ernährungsberater oder Ernährungscoach ist in der Tat nicht geschützt. Und wenn jemand im Internet behauptet, eine rein vegane oder eine rein fleischliche Ernährung sei gesund, ist das rechtlich nicht belangbar.

Abg. **Katharina Jensen** (CDU): Dass diese Berufsbezeichnung in keiner Weise geschützt ist, ist aus meiner Sicht kein akzeptabler Zustand; hier fehlt offenbar ein Rechtsrahmen. Wenn ich eine Ernährungsberatung in Anspruch nehmen würde, würde ich erwarten, dass die Person, die ich anfrage und am Ende bezahle, Ökotrophologie studiert hat und in irgendeiner Art und Weise über eine Kompetenz in dem Bereich verfügt. Sehen Sie seitens der Landesregierung hier keinen Bedarf, einen Rechtsrahmen zu schaffen - auch wenn das wahrscheinlich Bundesgesetzgebung betreffen würde -?

RD **Reiners** (ML): Was man sagen kann: Wenn sich zum Beispiel jemand als Ökotrophologe bezeichnen würde, der aber gar nicht über den entsprechenden Abschluss verfügt, dann wäre das vermutlich wettbewerbswidrig und dürfte - auf den ersten Blick - gegen das UWG verstoßen. Schwieriger wird es bei eher freien Bezeichnungen, für die kein Studienabschluss nachgewiesen werden muss - zum Beispiel, wenn man den Begriff Coach anhängt. Das dürfte weitgehend nicht reguliert sein.

Verfahrensfragen

Abg. **Katharina Jensen** (CDU) führt aus, es sei deutlich geworden, dass beim Thema des Jugendschutzes im Ernährungsbereich, das allen am Herzen liege, offenbar ein gewisser Nachholbedarf bestehe. Deshalb schlage die CDU-Fraktion vor, dazu die Praxis zu Wort kommen zu lassen, und sie beantrage, eine mündliche Anhörung zu dem Antrag durchzuführen.

Abg. **Karola Margraf** (SPD) merkt an, dass sich die Unterrichtung und insbesondere die sich daran anschließende Aussprache schwerpunktmäßig auf das Thema Ernährung bezogen hätten, weswegen aus Sicht der SPD-Fraktion der Antrag im federführenden Ausschuss für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz weiterberaten werden sollte.

Abg. **Katharina Jensen** (CDU) plädiert dafür, die Beratung im Unterausschuss fortzusetzen und auch die beantragte Anhörung im Unterausschuss durchzuführen. Denn es gehe auch um den großen Bereich Jugendschutz und Sicherheit im Internet, der sich nicht nur auf die Ernährung beziehe und der CDU-Fraktion sehr wichtig sei, so die Abgeordnete.

Abg. **Karola Margraf** (SPD) erklärt, die Koalitionsfraktionen könnten dabei mitgehen, allerdings sei aus ihrer Sicht eine schriftliche Anhörung ausreichend, da viele Informationen schon im Rahmen der Unterrichtung gegeben worden seien, viele Punkte schon umgesetzt würden und - wie auch die Vertreterin des ML erwähnt habe - bereits in der Entschließung des Landtags „Gemeinschaftsverpflegung in Kitas, Schulen, Senioreneinrichtungen, Kantinen und Mensen stärken und an DGE-Standards orientieren“ aus Juni 2025 viele der angesprochenen Themen enthalten seien.

Abg. **Katharina Jensen** (CDU) erwidert, eine mündliche Anhörung habe den Mehrwert, dass direkt Nachfragen an die Experten gestellt werden könnten. Deshalb erhalte die CDU-Fraktion ihren Antrag aufrecht.

*

Vors. Abg. **Thore Güldner** (SPD) lässt sodann über den Antrag der CDU-Fraktion, eine mündliche Anhörung durchzuführen, abstimmen. Diesen lehnt der **Unterausschuss** mit den Stimmen der Fraktion der SPD und der Fraktion der Grünen gegen die Stimmen der Fraktion der CDU und der Fraktion der AfD ab.

Daraufhin beschließt der **Unterausschuss** einstimmig - bei Enthaltung der Fraktion der AfD -, eine schriftliche Anhörung mit dem Schlüssel 2 : 2 : 1 : 1 durchzuführen. Die Anzuhörenden sollen zeitnah gegenüber der Landtagsverwaltung benannt werden.

Tagesordnungspunkt 2:

Antrag auf Unterrichtung durch die Landesregierung zu Rückrufen von Säuglingsnahrung wegen möglicher Cereulid-Belastung

Beratung

Abg. **Holger Kühnlenz** (AfD) stellt den mit Schreiben vom 19. Februar 2026 eingereichten Antrag der AfD-Fraktion kurz vor.

Beschluss

Der **Unterausschuss** stimmt dem Antrag zu und bittet die Landesregierung um Unterrichtung in einer seiner nächsten Sitzungen.

Tagesordnungspunkt 3:

Terminangelegenheiten

Besuch der Grünen Woche 2027

Der **Unterausschuss** beschließt, gemeinsam mit dem Ausschuss für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz am 14. und 15. Januar 2027 die Grüne Woche in Berlin zu besuchen.
