

Antrag

der Abg. Ludger Reddemann u. a. CDU

und

Stellungnahme

**des Ministeriums für Ländlichen Raum,
Ernährung, Landwirtschaft und Forsten**

Direktvermarktung landwirtschaftlicher Erzeugnisse

Antrag

Der Landtag wolle beschließen,

die Landesregierung zu ersuchen,

zu berichten,

1. in welchen landwirtschaftlichen Produktionszweigen eine Direktvermarktung in nennenswertem Umfang stattfindet;
2. welche Möglichkeiten einer finanziellen Förderung bestehen;
3. wie die rechtlichen Rahmenbedingungen der Direktvermarktung beurteilt werden und gegebenenfalls welcher Handlungsbedarf hier zur Verbesserung der Bedingungen besteht;
4. wie das Entwicklungspotential für eine Ausdehnung der Direktvermarktung beurteilt wird und welche Produkte bzw. Produktbereiche hier besondere Ansatzpunkte bieten.

29. 11. 88

Reddemann, Hodapp, Keitel, Mauz,
Göbel, Dreier, Decker, Wendt,
Östreicher, Scheuermann, Hans Lorenz CDU

Begründung

Die Direktvermarktung landwirtschaftlicher Produkte stellt zumindest für einen Teil der Betriebe eine geeignete Möglichkeit der Einkommensverbesserung dar. Mit dem Antrag soll eine Diskussionsgrundlage geschaffen werden, auf der über eventuell notwendige Maßnahmen zur Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Direktvermarktung beraten werden kann.

Stellungnahme*)

Mit Schreiben vom 27. Dezember 1988 Nr. 14(32)–0141.5/62F nimmt das Ministerium für Ländlichen Raum, Ernährung, Landwirtschaft und Forsten zu dem Antrag wie folgt Stellung:

Zu 1.:

In Baden-Württemberg ist die Belieferung der Verbraucher durch Landwirte bei landwirtschaftlichen Produkten mit hoher Konsumreife relativ stark ausgeprägt. So beträgt der Anteil der Direktvermarktung bei Speisekartoffeln und Speisefrühkartoffeln zirka 50 %, bei Eiern zirka 40 %, bei frischem Obst und Gemüse zirka 30 %. Für weitere Produktbereiche, zum Beispiel bei Verarbeitungserzeugnissen aus Getreide, hat die Direktvermarktung keinen nennenswerten Umfang. Bei Konsummilch ist der Direktabsatz ab Hof an den Verbraucher auf bis zu 10 Liter pro Tag begrenzt, ohne daß die Vorschriften der Hygieneverordnung für Milchab-Hof-Abgabe erfüllt werden müssen. Im Bundesdurchschnitt beträgt der Direktabsatz an Milch etwa 1 %. In Baden-Württemberg dürfte er, bedingt durch die Erzeugungsstruktur und die häufig gegebene Verbrauchernähe, etwas darüber liegen.

Bei Fleisch spielt der Direktabsatz (Absatz des Landwirts direkt an den Endverbraucher), abgesehen von Schafffleisch, eine eher unbedeutende Rolle. Bei Schafen allerdings wird der überwiegende Teil der Produktion im Direktverkehr mit dem Verbraucher abgesetzt.

Erwähnenswert sind in diesem Zusammenhang die Hausschlachtungen, die bei Schweinen im Jahr 1987 zirka 8 %, bei Kälbern zirka 7 % und bei Rindern zirka 2 % der Gesamtschlachtungen betragen.

Nicht als eigentlicher Direktabsatz, aber diesem doch nahe verwandt, ist der Absatz des Landwirts direkt an das verbrauchernahe Ernährungshandwerk anzusehen. Dieser Absatz auf kurzem Wege ist bei Vieh und Fleisch in Baden-Württemberg stark ausgeprägt. Etwa 40 % der Schweineproduktion und etwa 30 % der Rindfleischproduktion werden auf kurzem Weg vom Landwirt direkt an den Metzger geliefert, so daß hier enge Beziehungen zwischen Landwirtschaft und Ernährungshandwerk bestehen.

Zu 2.:

Bei Vorliegen der Voraussetzungen können Investitionen in landwirtschaftlichen Betrieben nach dem einzelbetrieblichen Investitionsförderungsprogramm (EFP, Haupterwerbslandwirte) oder nach dem Agrarkreditprogramm (AKP, Haupt- und Nebenerwerbslandwirte) gefördert werden. Im Jahr 1989 werden „Betriebliche Investitionen für die Direktvermarktung von selbsterzeugten land- und forstwirtschaftlichen Erzeugnissen“ als Fördertatbestand ausdrücklich in die Förderungsgrundsätze des Rahmenplans und in die entsprechenden Landesrichtlinien aufgenommen.

Nach dem einzelbetrieblichen Investitionsförderungsprogramm kann für ein Kapitalmarktdarlehen von bis zu 143 000 DM je Arbeitskraft und 286 000 DM je Unternehmen eine Zinsverbilligung um bis zu 4 v. H., in benachteiligten Gebieten bis zu 6 v. H. gewährt werden. Die Mindesthöhe des zu verbilligenden Kapitalmarktdarlehens beträgt im Regelfall 40 000 DM; in begründeten Einzelfällen ist eine Herabsetzung auf 20 000 DM möglich. Junglandwirten kann unter bestimmten Voraussetzungen zusätzlich ein Zuschuß von 5 v. H. des aufgenommenen zinsverbilligten Kapitalmarktdarlehens gewährt werden.

Nach dem Agrarkreditprogramm kann für ein Kapitalmarktdarlehen bis zu 143 000 DM je Arbeitskraft und je Unternehmen eine Zinsverbilligung gewährt werden. Die Zinsverbilligung beträgt 3 v. H. und in benachteiligten Gebieten 5 v. H., Junglandwirte können unter bestimmten Voraussetzungen eine um 1 v. H. höhere Zinsverbilligung erhalten. Die Zinsverbilligung wird in Höhe ihres Gegenwartswertes als einmaliger Zinszuschuß gewährt. Die Untergrenze für ein zu verbilligendes Darlehen beträgt 10 000 DM.

*) Nach Ablauf der Drei-Wochen-Frist eingegangen.

Ab dem Jahr 1989 entfällt der Förderausschluß für Investitionen in Betriebszweigen, die im Sinne der Steuergesetze als nichtgewerbliche Nebenbetriebe gelten. Daraus ergibt sich eine deutliche Verbesserung der Förderungsmöglichkeit der Direktvermarktung.

Ferner können im Rahmen des Dorfentwicklungsprogramms bauliche Maßnahmen und der dafür eventuell erforderliche Grunderwerb für Direktvermarktungseinrichtungen von Haupt- und Nebenerwerbslandwirten mit zirka 30 v.H. der Kosten, höchstens jedoch mit 20000 DM je Fördertatbestand, bezuschußt werden. Eine Kumulation mit dem Agrarkreditprogramm ist zulässig. Neben der dargestellten Förderung von einzelbetrieblichen Investitionen zur Direktvermarktung beabsichtigt das Ministerium für Ländlichen Raum, Ernährung, Landwirtschaft und Forsten, aus den Mitteln für Modellvorhaben im ländlichen Raum einige Modellprojekte von Erzeugerzusammenschlüssen zur Direktvermarktung finanziell zu fördern; entsprechende Förderungsanträge liegen dem Ministerium vor. Ferner ist die Vergabe eines Untersuchungsauftrags zur Entwicklung von Marketing- und Absatzstrategien für direktvermarktende Landwirte mit einem Universitätsinstitut des Landes abgesprochen. Diese Untersuchung hat zum Ziel, Landwirten beim Aufbau und der Entwicklung der Direktvermarktung praktische Hilfen zu geben.

Zu 3.:

Die Agrarministerkonferenz hat auf Initiative Baden-Württembergs am 23. März 1988 den Bundesminister für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten gebeten, das Recht der Selbstvermarktung zusammenfassend darzustellen, die Situation zu analysieren und gegebenenfalls geeignete Vorschläge für eine Reform des Rechts der Direktvermarktung zu unterbreiten, um diesen Absatzweg für Landwirte zu fördern und zu erleichtern.

Auf der Grundlage der durchgeführten Besprechung wurde vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten eine Zusammenstellung des gewünschten Handlungsbedarfs vorgenommen und den Ländern zur Stellungnahme zugeleitet.

Auch der Kabinettsausschuß Ländlicher Raum hat sich auf seinen Sitzungen am 31. Mai 1988 und am 17. Oktober 1988 mit den Fragen der Rechtsvorschriften für die Direktvermarktung befaßt und die ihm angehörenden Ressorts beauftragt, konkrete Vorschläge zu erarbeiten und dabei zu prüfen, welche Auswirkungen sich bei einer stärkeren Direktvermarktung auf die Einzelhandelsversorgung im ländlichen Raum ergeben können.

Änderungen der Rechtsvorschriften sind mit zahlreichen Problemen verbunden, da hierzu ein umfangreiches Abstimmungsverfahren auf Bundes- und Länderebene und teilweise sogar mit den Gemeinden erforderlich ist. Vielfach handelt es sich auch um EG-einheitliche Regelungen.

Bei einer Ausweitung von Ausnahmeregelungen für den landwirtschaftlichen Direktabsatz sind auch die Auswirkungen auf das Ernährungshandwerk, den Einzelhandel und die Genossenschaftsorganisationen zu bedenken. Auch muß sichergestellt sein, daß essentielle Belange des Verbraucher- und Gesundheitsschutzes gewahrt bleiben.

Zu 4.:

Wegen des bereits jetzt schon erreichten hohen Anteils der Direktvermarktung bei frischem Obst und Gemüse, Eiern, Speisekartoffeln und Speisefrühhkartoffeln dürfte eine weitere Steigerung bei diesen Produkten nur schwer erreichbar sein.

Bei Fleisch stellt das zweifellos in jüngster Zeit wieder zunehmende Bedürfnis vieler Verbraucher nach Kenntnis der Warenherkunft und der Produktionsmethoden ein gewisses Potential für den Direktabsatz dar.

Ob dieses Nachfragepotential stärker vom traditionellen Metzgerhandwerk, eventuell in enger Kooperation mit den Landwirten, oder von diesen direkt genutzt werden wird, hängt von den örtlichen Gegebenheiten und der persönlichen Initiative ab. Zu beachten ist jedoch, daß gerade in diesem Bereich hohe hygie-

nische Anforderungen bestehen, die in der Regel nicht ohne erhebliche Investitionen gewährleistet werden können. Deshalb wird es vielfach zweckmäßig sein, bereits vorhandene Kapazitäten und berufliches Fachwissen beim Metzgerhandwerk zu nutzen.

Nach der für das Jahr 1989 geplanten „Milchverordnung“, mit deren Inkrafttreten die Hygieneverordnung für Milch-ab-Hof-Abgabe aufgehoben werden soll, muß der Landwirt künftig für jeden Liter Milch, den er ab Hof abgibt, die dort näher geregelten Anforderungen erfüllen. Die Anforderungen sollen insoweit geändert werden, als für die bakteriologische Beschaffenheit der Milch die Klasse 1 gefordert wird, Hemmstoffe nicht nachweisbar sein dürfen und der Gehalt an somatischen Zellen im arithmetischen Mittel über 3 Monate unter 500 000 liegen muß. Die Erfüllung dieser Kriterien kann durch einfache und relativ kostengünstige Untersuchungen nachgewiesen werden. Im Regelfall kann diese vom Milchprüfung im Rahmen der monatlichen Untersuchungen vorgenommen werden; das bedeutet eine Erleichterung gegenüber den bislang geltenden Kontrollbestimmungen.

Ob dadurch der Direktabsatz von Milch ab Hof ausgeweitet werden wird, ist gegenwärtig nur schwer zu beurteilen. Es muß jedoch davon ausgegangen werden, daß zirka 70 % bis 80 % der erzeugten Milch diesen Anforderungen entspricht, so daß die Möglichkeit zur Ausweitung des Direktabsatzes gegeben ist. Allerdings ist bei einem Überschreiten der täglichen 10 Liter Begrenzung eine Direktverkaufsreferenzmenge notwendig.

Es läßt sich feststellen, daß die Absatzpotentiale für die Direktvermarktung sicherlich noch nicht voll ausgeschöpft sind, sie sind aber auch nicht unbegrenzt. Im Rahmen der Ausnutzung von Marktnischen bieten sich gute Möglichkeiten im Einzelfall. Jedoch sind für die Landwirtschaft insgesamt nur begrenzte Beiträge zur Verbesserung der Einkommenssituation zu erwarten, so lohnend der Direktabsatz im Einzelfall auch sein mag.

Weiser

Minister für Ländlichen Raum,
Ernährung, Landwirtschaft und Forsten