

**MINISTERIUM FÜR LÄNDLICHEN RAUM UND VERBRAUCHERSCHUTZ
BADEN-WÜRTTEMBERG**

Postfach 10 34 44 70029 Stuttgart
E-Mail: poststelle@mlr.bwl.de
FAX: 0711/126-2255 oder 2379 (Presse)

An den
Präsidenten des Landtags
von Baden-Württemberg
Herrn Guido Wolf MdL
Haus des Landtags
Konrad-Adenauer-Straße 3
70173 Stuttgart

Datum 13.02.2013
Name Herr Kriegelstein
Durchwahl 0711 126-2112
Aktenzeichen Z(22)-0141.5/178F
(Bitte bei Antwort angeben)

nachrichtlich:
Staatsministerium

Antrag der Abg. Friedlinde Gurr-Hirsch u. a. CDU

- **EU-Absatzförderung**
- **Drucksache 15/2904**

Sehr geehrter Herr Landtagspräsident,

das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg nimmt zu dem Antrag wie folgt Stellung:

*Der Landtag wolle beschließen,
die Landesregierung zu ersuchen*

zu berichten,

1. *inwiefern die Europäische Union nach ihrer Kenntnis Absatzförderung für Lebensmittel aus europäischer Landwirtschaft betreibt;*

Zu 1.:

Die Europäische Kommission unterstützt jedes Jahr Kampagnen sowohl im EU-Binnenmarkt als auch in Drittländern zur Absatzförderung landwirtschaftlicher Erzeugnisse aus der Europäischen Union sowie zur Information der Verbraucherinnen und Verbraucher über die jeweiligen Produktionsmethoden und die spezifischen Produkteigenschaften dieser Erzeugnisse.

2. *inwiefern ihr bekannt ist, in welcher Höhe jährlich EU-Mittel für Absatzförderungsmaßnahmen ausgegeben werden und wie diese Mittel zwischen Aktionen in den EU-Mitgliedsstaaten und Aktionen in Drittländern verteilt werden;*

Zu 2.:

Im Jahr 2011 wurden ca. 47 Mio. € und im Jahr 2012 voraussichtlich ca. 55 Mio. € für Maßnahmen zur Absatzförderung entsprechend den Bestimmungen der Verordnung (EG) Nr. 3/2008 des Rates vom 17. Dezember 2007 über Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarerzeugnisse im Binnenmarkt und in Drittländern eingesetzt. Nach Angaben der EU-Kommission wurden im Durchschnitt der Jahre 2000 bis 2010 ca. 27 % der EU-Mittel zur Kofinanzierung von Maßnahmen auf Drittlandsmärkten und 73 % zur Kofinanzierung von Maßnahmen auf dem Binnenmarkt zur Verfügung gestellt.

Neben diesen horizontalen Absatzförderungsregelungen der Verordnung (EG) Nr. 3/2008 umfasst die Gemeinsame Agrarpolitik auch Absatzförderungsmaßnahmen im Rahmen der gemeinsamen Marktorganisation für Wein (nur Drittlandsmärkte) und der gemeinsamen Marktorganisation für Obst und Gemüse sowie Maßnahmen im Rahmen der Entwicklung der ländlichen Räume. So wurden im Rahmen der EU-Weinmarktorganisation im Jahr 2011 europaweit, vor allem in den großen weinbautreibenden Ländern der EU, Beihilfen in Höhe von ca. 112 Mio. € gewährt und im Rahmen der Marktorganisation für Obst und Gemüse europaweit jährlich ca. 34. Mio. € (Durchschnitt 2008/2009) bereitgestellt.

3. *inwiefern die Landwirtschaft in Baden-Württemberg von EU-Absatzförderungsmaßnahmen für Lebensmittel aus europäischer Landwirtschaft profitiert;*

Zu 3.:

Im Rahmen des seit 2009 bestehenden nationalen Weinbudgets auf der Basis der EU-Weinmarktorganisation werden Maßnahmen der Absatzförderung in Drittländer auf Landes- und Bundesebene angeboten. Davon hat die baden-württembergische Weinwirtschaft für den EU-Förderzeitraum 2009 bis 2013 in nur sehr geringem Umfang Gebrauch gemacht. Die baden-württembergischen Obst- und Gemüseerzeugerorganisationen führen im Rahmen ihrer operationellen Programme entsprechend der EU-Marktorganisation für

Obst und Gemüse teilweise auch Absatzförderungsmaßnahmen mit finanzieller Unterstützung der EU durch.

Im Rahmen der Verordnung (EG) Nr. 3/2008 werden bisher nur zwei auf 36 Monate angelegte Informations- und Absatzförderungsprogramme durchgeführt, an denen Organisationen der baden-württembergischen Land- und Ernährungswirtschaft teilnehmen. Im Milchsektor ist es das Programm "Karlotta unterwegs", das gemeinsam von den milchwirtschaftlichen Vereinigungen der Länder Baden-Württemberg, Bayern und Niedersachsen durchgeführt wird.

Am 1. April 2013 wird ein entsprechendes Absatzförderungsprogramm im Sektor geschützte geografische Angaben (g. g. A.) und geografische Ursprungsbezeichnungen (g. U.) "Den Geschmack der Region Hohenlohe erleben: Schwäbisch-hällisches Qualitätsschweinefleisch g. g. A." der Bäuerlichen Erzeugergemeinschaft Schwäbisch-Hall w. V. starten.

4. *inwiefern ihr bekannt ist, welche Ziele die Europäische Union mit EU-Absatzförderungsmaßnahmen für Lebensmittel aus europäischer Landwirtschaft verfolgt;*
5. *inwiefern nach ihrer Kenntnis durch die Absatzförderungsmaßnahmen eine qualitätsorientierte und umweltfreundliche Produktion gefördert werden;*

Zu 4. und 5.:

Ziel der Europäischen Union ist es, mit der Absatzförderung von Agrarprodukten und Lebensmitteln sowohl auf dem Binnenmarkt als auch auf Drittlandsmärkten die besondere Produkt- und Prozessqualität (z. B. Umwelt- und Tierschutz, biologischer Landbau) und die Vielfalt und Tradition der europäischen Agrarerzeugnisse und Lebensmittel zu kommunizieren, z. B. durch geschützte Ursprungsbezeichnung (g. U.) und geschützte geografische Angaben (g. g. A.). Durch entsprechende Strategien in der Absatzförderung soll das Wissen über diese Produkte gefördert und damit eine Aufwertung bzw. entsprechende Wertschätzung der Produkte bei den Nachfragern generiert werden. Diese Absatzförderungskampagnen verdeutlichen somit auch die Qualität, den Nährwert und die Sicherheit von landwirtschaftlichen Erzeugnissen aus der EU und der aus ihnen hergestellten Lebensmittel. Die Europäische Union verspricht sich dadurch auch, neue Wachstums- und Beschäftigungsimpulse in der EU und insbesondere im ländlichen Raum auszulösen.

6. *inwiefern nach ihrer Kenntnis durch die EU-Absatzförderungsmaßnahmen die Entwicklung von lokalen Märkten und kurzen Vertriebswegen unterstützt werden und dadurch ländliche Gebiete wirtschaftlich zu fördern und sozial aufzuwerten;*

Zu 6.:

Grundsätzlich muss festgestellt werden, dass ländliche Gebiete wirtschaftlich gefördert und sozial aufgewertet werden, wenn ihre Produkte je nach Ausgangssituation in regionalen, nationalen oder internationalen Märkten wettbewerbsfähig sind und somit dort erfolgreich Wertschöpfung generiert werden kann. So ist es in Abhängigkeit von der Ausgestaltung der jeweiligen Absatzförderungsprogramme möglich, sowohl auf regionalen als auch auf überregionalen und internationalen Märkten entsprechende Marketingmaßnahmen erfolgreich durchzuführen und so einen Beitrag zur Stärkung der entsprechenden ländlichen Regionen zu leisten.

7. *inwiefern an die Verbraucherinnen und Verbraucher gerichtete Informationskampagnen der Europäischen Union aus ihrer Sicht dazu beitragen, über die hohe Qualität von EU-Produkten aufzuklären;*

Zu 7.:

Da die Absatzförderungsprogramme nur dann mit Mitteln der EU und ggf. mit weiteren Mitteln der Mitgliedstaaten gefördert werden, wenn auch von Seiten der Wirtschaft bzw. der privaten Programmträger entsprechende Finanzmittel für diese Maßnahmen bereitgestellt und eingesetzt werden, kann davon ausgegangen werden, dass die mit dem jeweiligen Programm verbundenen Aufklärungs- und Informationsziele bezüglich der jeweiligen Produkte durch diese EU-Förderung auch erreicht werden können.

8. *inwiefern ihr bekannt ist, welche Änderungen die Europäische Kommission und das Europäische Parlament an der derzeitigen EU-Absatzförderung vornehmen möchten;*

Zu 8.:

Am 3. März 2012 hat die EU-Kommission die Mitteilung "Den Verbraucher auf den Geschmack bringen: eine Absatzförderungs- und Informationsstrategie mit hohem europäischen Mehrwert für die Agrarerzeugnisse Europas" an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und an den Ausschuss der Regionen übermittelt. Diese Mitteilung beruht auf den Ergebnissen der öffentlichen Konsultation im Jahr 2011 zum Grünbuch der EU-Kommission zur zukünftigen Informations- und Absatzförderungs politik der Europäischen Union für Agrarerzeugnisse. Sie enthält

erste Vorstellungen der EU-Kommission für die Reform der Absatzsatzförderungspolitik im Rahmen der zukünftigen Gemeinsamen Agrarpolitik und wird durch eine eingehende Folgenabschätzung ergänzt, die als Grundlage für die Weiterentwicklung einer europäischen Absatzförderungsregelung dienen soll.

Auf der Grundlage dieser Mitteilung hat die Kommission die Vorlage entsprechender Legislativvorschläge zur Weiterentwicklung dieses Förderinstruments angekündigt.

9. *Wie sie die Vorschläge der Europäischen Institutionen zu einer Neuregelung der EU-Absatzförderung aus ihrer Sicht bewertet oder gegebenenfalls inwiefern sie darauf hinwirkt, Änderungen an der derzeitigen EU-Absatzförderung für Lebensmittel aus europäischer Landwirtschaft durchzusetzen.*

Zu 9.:

Der Bundesrat hat im September 2011 zum Grünbuch der EU-Kommission zur Informations- und Absatzförderungspolitik für Agrarerzeugnisse Stellung genommen und einstimmig einen gemeinsamen Antrag der Länder Sachsen-Anhalt, Baden-Württemberg, Schleswig-Holstein, Hessen, Rheinland-Pfalz, Bayern und Nordrhein-Westfalen beschlossen, der maßgeblich von Baden-Württemberg mitgestaltet wurde.

Kernpunkt der Forderungen des Bundesrats für die Weiterentwicklung dieses Förderinstruments ist, dass die Anstrengungen der europäischen Erzeuger stärker durch ein differenziertes, sehr gezieltes Strategiekonzept unterstützt werden, das auf die Gegebenheiten in der Produktion und den Märkten vor Ort in den jeweiligen Mitgliedstaaten, in Europa und weltweit abgestimmt ist. Voraussetzung ist, dass diese Strategieentwicklung in Übereinstimmung mit den Zielen der EU-Qualitätspolitik sowie - aufgrund der unterschiedlichen Voraussetzungen in Produktion und Vermarktung - auch mit den Zielen der Qualitätspolitik der einzelnen Mitgliedstaaten erfolgt. Insbesondere muss die Inanspruchnahme diesbezüglicher EU-Förderprogramme durch eine erhebliche Flexibilisierung der bestehenden Regelungen und durch schlankere Antrags- und Abwicklungsverfahren effizienter und schlagkräftiger möglich werden.

An dieser grundsätzlichen Haltung des Bundesrats bzw. des Landes müssen sich die zukünftigen Legislativvorschläge messen lassen. Dies wird ggf. entsprechende politische Initiativen des Landes, z. B. bei den Beratungen des Bundes mit den Ländern auf der Arbeitsebene und auch im Bundesrat, erforderlich machen.

Mit freundlichen Grüßen

gez. Alexander Bonde