



Antwort der Landesregierung auf eine Kleine Anfrage zur schriftlichen Beantwortung

Abgeordneter Daniel Roi (AfD)

Stand der Direktvermarktung in Sachsen-Anhalt

Kleine Anfrage - KA 7/1653

Vorbemerkung des Fragestellenden:

Vor dem Hintergrund der politischen Zielsetzung den ländlichen Raum zu erhalten und zu stärken, stellt sich die Frage, inwieweit in Sachsen-Anhalt Direktvermarkter gestützt und gefördert werden können oder zukünftig auch sollen?

Antwort der Landesregierung erstellt vom Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft und Energie

Vorbemerkung der Landesregierung:

- a) Landwirtschaftliche Direktvermarktung ist der direkte Verkauf von landwirtschaftlichen Produkten vom Erzeuger an den Endverbraucher, damit der Absatz auf Erzeuger und Einzelhandelsstufe.
- b) Die Direktvermarktung als Einkommensalternative für landwirtschaftliche Betriebe birgt nicht nur Chancen sondern auch Risiken. So ist das Nachfragepotential aufgrund eines anfangs noch unbekanntes Absatzmarktes nur schwer zu kalkulieren. Ein darauf aufbauendes kapitalintensives Vorhaben (z. B. der Aufbau einer eigenen Schlachtstätte zur Weiterverarbeitung von tierischen Erzeugnissen oder die Anschaffung einer Milchtankstelle) kann gerade bei kleineren Betrieben zu verstärkten Existenzproblemen führen.
Ebenfalls nicht zu unterschätzen ist der erforderliche Spezialisierungsgrad. Die Betriebe müssen sich intensiv mit neuen Bereichen (u. a. Absatzmarkt, Vorschriften, Förderung, Beratung) und ggf. mit neuen Branchen (z. B. Gastronomie und

Hinweis: Die Drucksache steht vollständig digital im Internet/Intranet zur Verfügung.
Bei Bedarf kann Einsichtnahme in der Bibliothek des Landtages von Sachsen-Anhalt erfolgen oder die gedruckte Form abgefordert werden.

(Ausgegeben am 09.05.2018)

Handwerk) befassen. Der hierfür nicht unerhebliche benötigte Zeitaufwand kann zu personellen Engpässen in anderen Betriebszweigen führen. Durch den direkten Kontakt zwischen Erzeuger und Endverbraucher kann es, wenn nicht die notwendige Professionalität gewährleistet wird, schnell zu einem dauerhaften Imageverlust kommen - mit weitreichenden Folgen für den Gesamtbetrieb.

1. **Welche Landkreise und kreisfreien Städte haben spezielle Programme zur Förderung und Unterstützung von Direktvermarktern?**
Wenn vorhanden, welche Programme sind das konkret und wie viele Teilnehmer sind in den einzelnen Programmen mit den entsprechenden Produktgruppen vertreten?
Wenn nicht vorhanden, bitte begründen, welche Ursachen die Direktvermarktung unattraktiv machen.

Dem MULE sind solche Programme nicht bekannt. Sollte es dennoch solche Programme geben, sind die Landkreise bzw. die kreisfreien Städte auskunftsfähig, nicht das MULE.

Zu den möglichen Risiken der Direktvermarktung siehe Vorbemerkung b).

2. **Gibt es Programme in den Landkreisen und kreisfreien Städten zur Unterstützung von Direktvermarktern, die kreisübergreifend wirken?**
Wenn ja, welche Programme sind das konkret und wie viele Teilnehmer sind in den einzelnen Programmen mit den entsprechenden Produktgruppen vertreten? Wenn nein, bitte begründen, welche Ursachen die Direktvermarktung unattraktiv machen.

Siehe Antwort zu Frage 1.

3. **Gilt weiterhin das Konzept der „vier Vermarktungsregionen“ des Landes Sachsen-Anhalt für die Direktvermarktung?**

Das Konzept der **fünf** Vermarktungsregionen (Altmark, Magdeburg-Elbe-Börde-Heide, Anhalt-Dessau-Wittenberg, Harz, Halle-Saale-Unstrut) ist weiterhin ein wichtiger Ansatz im Agrarmarketing.

So werden beispielsweise in der Broschüre „Regionale Vielfalt mit Genuss - Einkaufen auf dem Bauernhof“ im dreijährigen Rhythmus (im Jahr 2019 ist eine Neuauflage geplant) alle interessierten Direktvermarkter in Sachsen-Anhalt mit ihren unternehmensspezifischen Informationen (Öffnungszeiten, Warenangebot, Logo usw.) innerhalb der fünf Regionen erfasst.

Ebenfalls zur erwähnen sind die Regionalkisten und -marken, welche auch für eine Verknüpfung von Tourismus und regionalen Spezialitäten sorgen.

- 3.1 **Wenn ja, wie erfolgreich ist das Konzept? Bitte einschätzen und begründen sowie dazu die Entwicklung der Teilnehmer sowie der vermarkteten Produktgruppen je Vermarktungsregion darstellen.**

Die gemeinsame Vermarktung von Tourismus und regionaler Nahrungsmittelproduktion sorgt nicht nur vor Ort für eine stärkere Identifikation mit der ei-

genen Region, sondern sorgt auch für eine steigende positive überregionale Gesamtwahrnehmung Sachsen-Anhalts.

Wie in Antwort 7 erläutert wird, sind mehr Haushaltsmittel für das Haushaltsjahr 2019 angemeldet, um die Direktvermarkter stärker zu fördern. Es ist also davon auszugehen, dass das Konzept durchaus erfolgreich ist.

Gelistete Direktvermarkter in der Broschüre „Regionale Vielfalt mit Genuss – Einkaufen auf dem Bauernhof“ (Stand 2015).

Region	Anzahl Direktvermarkter	Produktgruppen
Altmark	18	tierische und pflanzliche Produkte
Elbe-Börde-Heide	19	tierische und pflanzliche Produkte
Anhalt-Wittenberg	28	tierische und pflanzliche Produkte
Harz	30	tierische und pflanzliche Produkte
Saale-Unstrut	21	tierische und pflanzliche Produkte
Summe	116	

3.2 Wenn nein, bitte begründen, warum das Konzept nicht mehr aktiv ist.

Entfällt.

4. **Wie hoch sind, für die in Frage 1 und 2 benannten Programme, die bereitgestellten Mittel aus öffentlichen Haushalten (inkl. möglicher Fördermittel)? Bitte die einzelnen Fördermittel den Programmen zuordnen.**

Da das MULE keine Antwort zu den Fragen 1 und 2 geben kann, ist auch hier keine Antwort möglich.

5. **Wie werden Direktvermarkter in den Landkreisen und kreisfreien Städten unterstützt, in denen es keine entsprechenden Programme (siehe Fragen 1 und 2) gibt? Bitte Maßnahmen darstellen und begründen.**

Alle Programme die durch das MULE im Bereich Agrarmarketing gefördert werden sind Landesprogramme. Diese werden nicht gesondert nach Landkreisen unterteilt.

Im Jahr 2017 wurden folgende Projekte für Direktvermarkter durch das Land Sachsen-Anhalt unterstützt:

Absatzunterstützung für Direktvermarkter:

Unterstützung von Marketingaktivitäten von Direktvermarktern und Kleinproduzenten.

Regionalverkaufskisten (Regionalkisten):

Verbesserung des Absatzes regionaler Produkte insbesondere von Direktvermarktern, aber auch von Lebensmittelproduzenten. Dadurch Sicherung und Schaffung von Arbeitsplätzen im ländlichen Raum.

Direktvermarkter im Lebensmitteleinzelhandel:

Befähigung kleiner Produzenten zur direkten Lieferung in Lebensmittelmärkte der unmittelbaren Umgebung.

Insgesamt soll eine Erleichterung des Marktzuganges für Kleinproduzenten erreicht werden, die den Absatz der von ihnen erzeugten Produkte fördert.

Direktvermarkter Verarbeitungsstufen:

Erstellen einer Studie mit Handlungsempfehlungen zur Stärkung und Weiterentwicklung der ersten Verarbeitungsstufe für Direktvermarkter in Sachsen-Anhalt unterschieden nach konventioneller und nach ökologischer Verarbeitung.

6. Wie hoch sind die jährlichen Fördersummen des Landes Sachsen-Anhalt für Direktvermarkter bzw. welche Summen sind für diesen Zweck konkret im Haushalt eingestellt und wie werden diese Gelder nachgefragt?

Bitte die Angaben der Fördergelder entsprechend den Haushaltstiteln listen und dazu die realisierte Ausgabe der entsprechenden Gelder mit Begründung zuordnen.

Die Fördermittel für die in der Antwort zur Frage 5 genannten Maßnahmen befinden sich im Kapitel 0902, Titel 683 71 „Zuschüsse zur Absatzförderung landwirtschaftlicher und ernährungswirtschaftlicher Erzeugnisse“ des Doppelhaushaltes 2017-2018. Hier stehen insgesamt Mittel in Höhe von 742.000 € zur Verfügung.

Dieser Titel enthält die Fördermittel für die gesamte landwirtschaftliche- und ernährungswirtschaftliche Absatzförderung. Ein gesonderter Titel zur Förderung von Direktvermarktern ist nicht vorgesehen.

2017 wurden die in der Antwort zur Frage 5 genannten Projekte wie folgt gefördert:

- Absatzunterstützung für Direktvermarkter 57.320,25 €
- Regionalverkaufskisten 22.400,00 €
- Direktvermarkter im Lebensmitteleinzelhandel 14.021,00 €
- Direktvermarkter Verarbeitungsstufen 36.000,00 €

Insgesamt belief sich die Förderung demnach auf 129.741,25 €. Zur Begründung der Ausgaben wird auf die Antwort zur Frage 5 verwiesen.

7. Welche Zielsetzung besteht seitens der Landesregierung derzeit, um vorhandene oder zukünftige Direktvermarkter im Land Sachsen-Anhalt zu stärken bzw. neu zu gewinnen?

Durch die regionale Produktion von Lebensmitteln werden Arbeitsplätze vor Ort geschaffen und die Wertschöpfung bleibt in der Region.

Die Direktvermarktung als zusätzliche Absatzmöglichkeit für regionale Produkte kann hierzu einen wertvollen Beitrag leisten und maßgeblich zur Steigerung der Attraktivität des ländlichen Raumes beitragen.

Dies ist der Landesregierung bewusst.

Um die Direktvermarkter zu fördern wurde im Rahmen der Mittelanmeldung des Haushaltsjahres 2019 im Kapitel 0902, Titel 683 71 40.000 € mehr an Mitteln geplant (in Summe: 782.000 €).

Zusätzlich plant die Agrarmarketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH (AMG) als verlässlicher und strategischer Partner der Land- und Ernährungswirtschaft ihr Beratungsangebot für Direktvermarkter auszubauen. Daher ist geplant, ab 2020 eine zusätzliche Stelle innerhalb der AMG für den Bereich Regional- und Direktvermarktung zu schaffen.

Ebenfalls ist geplant, das Projekt „Kulinarisches Sachsen-Anhalt“ (3-Jahresfinanzierung durch die Staatskanzlei aus dem Bereich Landesmarketing) in die Haushaltsfinanzierung ab 2020 zu überführen. Vom dem Projekt profitieren überwiegend Direktvermarkter.

7.1 Gibt es weitere bzw. geplante Fördermöglichkeiten, als die in Frage 1, 2 und 4 benannten?

Die Frage 4 fordert keine Nennung von Fördermöglichkeiten.

Zusätzlich zu den in der Antwort zur Frage 5 genannten Fördermöglichkeiten können Investitionen von Landwirten in die Direktvermarktung über das Agrarinvestitionsförderungsprogramm gefördert werden.

Ebenso können Direktvermarkter weiterhin im Rahmen der ELER-Maßnahme Dorferneuerung und Dorfentwicklung unterstützt werden. Grundlage der Förderung sind die Richtlinien über die Gewährung von Zuwendungen zur Förderung der regionalen ländlichen Entwicklung des Landes Sachsen-Anhalt in der EU-Förderperiode 2014-2020 (RELE 2014-2020) vom 1.11.2017 (MBI. LSA 2018 S. 86), Teil D. Die Förderung richtet sich an land- und forstwirtschaftliche Betriebe, die zur Erschließung zusätzlicher Einkommens- und Beschäftigungsquellen ihre Gebäude umnutzen wollen. Die Vorhaben land- und forstwirtschaftlicher Betriebe zur Umnutzung ihrer Bausubstanz können mit bis zu 45 v. H. der förderfähigen Ausgaben, maximal 50.000 Euro, gefördert werden. Die Förderung ist unabhängig von eventuellen Programmen der Landkreise.

Durch Abstimmung zwischen den Bewilligungsbehörden ist eine Doppelförderung auszuschließen.

7.2 Werden die in 7.1 benannten Fördergelder an spezielle Produktgruppen geknüpft?

Eine Förderung von Investitionen über das Agrarinvestitionsförderungsprogramm ist nur möglich, wenn diese der Direktvermarktung von im Anhang I des Vertrages über die Arbeitsweise der Europäischen Kommission genannten Erzeugnissen dienen.

Eine Förderung im Rahmen der ELER-Maßnahme Dorferneuerung und Dorfentwicklung auf der Grundlage der RELE 2014-2020, Teil D ist an keine Produktgruppe geknüpft.