

Kleine Anfrage

des Abg. Dr. Bernd Murschel GRÜNE

und

Antwort

des Ministeriums für Ländlichen Raum, Ernährung und Verbraucherschutz

Fördermöglichkeiten für Bio-Messen

Kleine Anfrage

Ich frage die Landesregierung:

1. Welche (Regional-)Messen oder ähnliche Veranstaltungen im Bereich Marktförderung für Bio-Lebensmittel und sonstige Bio-Produkte wurden durch das Land in den letzten fünf Jahren unterstützt?
2. Welche Beträge oder andere Fördermaßnahmen wurden hierfür bereitgestellt?
3. Gibt es spezielle Aktivitäten im Bereich regionaler Marketingstrategien, und wenn ja, wie werden diese durch das Land gefördert?
4. Gibt es spezielle Aktivitäten für die genannten Bereiche durch die Marketinggesellschaft MBW?
5. Welche nicht-staatlichen Organisationen engagieren sich bei der Förderung von Bio-Messen im Land und erhalten diese Organisationen finanzielle Unterstützung durch das Land?

22. 04. 2010

Dr. Murschel GRÜNE

Begründung

Der Bereich „Bio-Produkte“ ist eng verknüpft mit regionaler Produktion und regionalen Wirtschaftskreisläufen und immer mehr Erzeuger setzen auf ein regionales Vermarktungskonzept. Insbesondere Bio-Messen, wie z. B. „Ravensburg isst Bio“ stellen wichtige Plattformen dar, um die Vorteile von regionaler Produktion und Vermarktung für die Bevölkerung erlebbar zu machen. Ziel der Anfrage ist es, Fördermöglichkeiten für solche erfolgreichen Messe-Konzepte auszuloten.

Antwort

Mit Schreiben vom 14. Mai 2010 Nr. Z-(22)-0141.5/451 beantwortet das Ministerium für Ländlichen Raum, Ernährung und Verbraucherschutz im Einvernehmen mit dem Ministerium für Umwelt, Naturschutz und Verkehr sowie mit dem Wirtschaftsministerium die Kleine Anfrage wie folgt:

Vorbemerkung:

1. Neben dem Lebensmittelsektor ist auch im Bereich der Non-Food-Erzeugnisse die Verwendung privater Öko- bzw. Biosiegel feststellbar. Der Non-Food-Sektor fällt dabei aber nicht unter die Verordnung (EG) Nr. 834/2007 vom 28. Juni 2007 über die ökologische/biologische Produktion und die Kennzeichnung von ökologischen/biologischen Erzeugnissen und zur Aufhebung der Verordnung (EWG) Nr. 2092/91. So bestehen im Gegensatz zum „Nahrungsmittelbereich“ in diesem Sektor (Non-Food) keine gesetzlichen Basis-Regelungen. Aus diesem Grund wird sich die Antwort der Kleinen Anfrage auf den Bereich der Biolebensmittel entsprechend der oben genannten Verordnung beschränken müssen.
2. Im Rahmen verschiedener Förderprogramme des Landes, wird je nach genereller Zielsetzung, z. B. Förderung des Tourismus oder Erhalt von Natur und Umwelt, nicht unterschieden, ob die dabei geförderten Maßnahmen, wie z. B. (Regional-)Messen, ausschließlich dem Biosektor im o. g. Sinne zugutekommen. Hier steht die Förderung der jeweiligen regionalen Wirtschaftskreisläufe im Mittelpunkt.

Ich frage die Landesregierung:

1. *Welche (Regional-)Messen oder ähnliche Veranstaltungen im Bereich Marktförderung für Bio-Lebensmittel und sonstige Bio-Produkte wurden durch das Land in den letzten fünf Jahren unterstützt?*

Zu 1.:

Mit der Zunahme der Bedeutung von Biolebensmitteln im deutschen und somit auch im baden-württembergischen Lebensmittelmarkt haben sich in den letzten Jahren verschiedene Veranstaltungen, wie zum Beispiel Regionalmessen als Plattform zur Kommunikation des Themas „Biolebensmittel aus der Region“ entwickelt. Diese Entwicklung ist auch bei bereits etablierten Verbraucher- und Fachmessen in Baden-Württemberg mit teilweise überregionalem Charakter festzustellen (z. B. Mannheimer Maimarkt, Südwest Messe, Oberschwabenschau, Intergastra).

Das Förderprogramm PLENUM, das Projekt des Landes zur Erhaltung und Entwicklung von Natur und Umwelt, unterstützt in derzeit fünf PLENUM-Gebieten eine Regionalentwicklung, die wirtschaftliche Vorteile für die Bevölkerung bringt, aber zugleich auch der Natur zugutekommt. Regionale

Märkte wurden in allen fünf PLENUM-Gebieten gefördert (z. B. Biosphärenmärkte in Münsingen). Ebenso wurden spezielle Verbrauchermessen (z. B. Gutes vom See, „Ravensburg isst Bio“, „neigschmeckt-Markt“ in Reutlingen) unterstützt. Dabei muss der überwiegende Anteil der Marktbesucher die PLENUM-Erzeugungskriterien (u. a. ein gewisser Anteil an Extensivfläche, Verzicht auf gentechnisch veränderte Organismen) erfüllen. Zwischen regionalen Anbietern/Ausstellern wird dabei nach der Produktionsweise nicht differenziert. Der Anteil von Bio-Betrieben wird daher nicht dokumentiert, sodass hierzu keine differenzierte Aussage möglich ist.

Auch die Naturpark-Märkte, die in den Naturparks veranstaltet werden, sind eine wichtige Plattform für Bio-Betriebe zur Präsentation und zum Verkauf von Bio-Produkten. Diese Naturparkmärkte werden über die Naturpark-Richtlinie unterstützt.

Auch im Rahmen der langjährigen Kooperation zwischen dem MLR, TMBW und dem SWR bei der Aktion „SWR 1 Pfännle“ wird das Thema Biolebensmittel unter der Überschrift „Förderung regionaler Produkte der Land- und Ernährungswirtschaft“ unterstützt.

Ein fester Bestandteil in der Unterstützung des baden-württembergischen Biolandbaus einschl. der Verarbeitungs- und Vermarktungseinrichtungen ist der Auftritt baden-württembergischer Erzeuger auf einem baden-württembergischen Gemeinschaftsstand auf der Messe Biofach (Nürnberg). Darüber hinaus wurde die Veranstaltung „Bio-Erlebnistage“ und der Auftritt bzw. das Thema „Regionale Bioprodukte“ auf verschiedenen Verbrauchermessen wie z. B. auf der Slow-Food-Messe (Stuttgart), Internationalen Grünen Woche 2010 (Berlin) und dem Landwirtschaftlichen Hauptfest vom Land (MLR) unterstützt. Ebenso hat sich die Aktion „Öko-Sommer“ mit Unterstützung des MLR etabliert.

2. Welche Beträge oder andere Fördermaßnahmen wurden hierfür bereitgestellt?

Zu 2.:

Vor dem Hintergrund der vorgenannten Ausführungen in der Vorbemerkung kann nur für einen Teil der Maßnahmen ein eindeutiger Bezug der bereitgestellten Fördermittel zu den Maßnahmen, die ausschließlich und unmittelbar dem Biosektor in den letzten 5 Jahren zugute kamen, hergestellt werden.

PLENUM fördert auf Basis der Landschaftspflege-Richtlinie (Richtlinie des Ministeriums für Ernährung und Ländlichen Raum zur Förderung und Entwicklung des Naturschutzes, der Landschaftspflege und Landeskultur). Durchschnittlich wurden die oben genannten oder vergleichbaren Veranstaltungen in der Regel mit 40 bis 50 % der Gesamtkosten gefördert. Der Förderhöchstsatz lag bei 70 %. Eine Förderung durch PLENUM ist immer nur eine Anschubfinanzierung und keine Dauerunterstützung. Die Veranstaltungen müssen sich nach zumeist drei Jahren selber tragen. Über die monetäre Förderung hinaus engagieren sich die PLENUM-Geschäftsstellen intensiv bei der Projektberatung.

Auch bei den Naturpark-Märkten ist eine Angabe darüber, in welchem Ausmaß Bio-Betriebe eine Unterstützung erfahren, nicht möglich.

In Rahmen der Aktivitäten der Tourismus-Marketing GmbH (TMBW) wurden/ werden mit Finanzmitteln des Wirtschaftsministeriums in der ersten Genießeregion Baden-Württembergs (Landkreis Schwäbisch Hall, Hohenlohekreis sowie ein Teil des Main-Tauber-Kreises) bestimmte Maßnahmen in der Gastronomie unterstützt, die auch der Stärkung des Biosektors zugutekommen.

Ähnliche Entwicklungen verfolgt der Schwäbische Alb Tourismusverband mit der Verankerung des Themas „Genießen“ als Leitprojekt in seiner Marketingkonzeption. Dabei ist die Integration in die Genießerland-Kampagne Baden-Württemberg geplant.

Im Bereich der Biofach-Messe (Nürnberg), der Bio-Erlebnistage, des Landwirtschaftlichen Hauptfestes und der Slow-Food-Messe (Stuttgart) wurden beispielsweise über die MBW Marketinggesellschaft in den letzten 5 Jahren ca. 300.000 € ausschließlich für den Bio-Sektor zur Verfügung gestellt bzw. eingesetzt. Die Aktion „Öko-Sommer“ der Bioverbände wurde mit 45.000 € im gleichen Zeitraum vom MLR unterstützt.

3. Gibt es spezielle Aktivitäten im Bereich regionaler Marketingstrategien, und wenn ja, wie werden diese durch das Land gefördert?

Zu 3.:

PLENUM leistet in vielfältiger Weise Unterstützung für die Regionalvermarktung. Die Förderung von Vermarktungskonzeptionen für regionale Produkte ist dabei ein wichtiger Baustein. Gleiches gilt für die Förderprogramme Leader und Naturparke.

Im Zusammenhang mit dem Biozeichen Baden-Württemberg und der Unterstützung der entsprechenden Lizenznehmer und Zeichennutzer werden vielfach diese unter 1. beziehungsweise 2. genannten Aktivitäten durch das Land gefördert (siehe dazu auch unter 4.). Im Zusammenhang mit der Unterstützung der kleinen und mittelständischen Ernährungswirtschaft, die teilweise auch im Bereich der Bioprodukte erfolgreich ist, sind die Unternehmen durch die Förderung der Fördergemeinschaft für Qualitätsprodukte aus Baden-Württemberg bei ihren Anstrengungen und Marketingaktivitäten im Biosektor unterstützt worden. Eine Unterstützung erfolgt auch über einen Internetauftritt zum regionalen Gemeinschaftsmarketing für die Endverbraucher und die Land- und Ernährungswirtschaft, der durch die MBW Marketinggesellschaft entwickelt und betreut wird.

4. Gibt es spezielle Aktivitäten für die genannten Bereiche durch die Marketinggesellschaft MBW?

Zu 4.:

Der Auftrag der MBW Marketinggesellschaft ist die Unterstützung der baden-württembergischen Land- und Ernährungswirtschaft in der Produktion und Vermarktung von Agrarerzeugnissen und Lebensmitteln. Dies gilt für konventionelle und für Bio-Produkte. Somit ist die Stärkung des Biolebensmittelsektors eine wichtige Aufgabe im Portfolio der MBW Marketinggesellschaft, die insbesondere im engen Kontakt mit den Lizenznehmern (Verbände des ökologischen Landbaus) und Zeichennutzern (Unternehmen der Land- und Ernährungswirtschaft) des Biozeichens Baden-Württemberg vorangetrieben wird. Diese gemeinsamen Aktivitäten betreffen verschiedene Kommunikationsmaßnahmen, wie z. B. Messeausstellungen (z. B. Gemeinschaftsauftritt zur baden-württembergischen Käsestraße auf der Slow-Food-Messe 2010 in Stuttgart), klassische Maßnahmen der Absatzförderung und auch die Konzeptionierung und Umsetzung von sogenannten Entwicklungsprojekten, beispielsweise zur Umsetzung von regionalen Marketingstrategien.

Die wesentliche Voraussetzung für die Durchführung solcher Maßnahmen mit der MBW Marketinggesellschaft ist, dass vor allem seitens der Akteure des Biosektors dazu die Initiative ergriffen und die Voraussetzungen geschaffen werden, damit Maßnahmen und Projekte auf den Weg gebracht und unter Berücksichtigung der einschlägigen Beihilfavorschriften unterstützt werden können.

5. Welche nicht-staatlichen Organisationen engagieren sich bei der Förderung von Bio-Messen im Land und erhalten diese Organisationen finanzielle Unterstützung durch das Land?

Zu 5.:

Vor dem Untergang der CMA im Februar 2009 hat auch die CMA in Zusammenarbeit mit der MBW Marketinggesellschaft den baden-württembergischen Biosektor unterstützt.

Darüber hinaus ist noch bekannt, dass die Touristikgemeinschaft HeilbronnerLand sich auf der Slow-Food-Messe Stuttgart an einem Gemeinschaftsstand des Convivium HeilbronnerLand engagiert und die Produzenten dabei finanziell unterstützt hat. Die Teilnehmer sind allerdings nicht alle mit einem Bio-Siegel zertifiziert. Die TG HeilbronnerLand finanziert die Messteilnahme aus Mitgliedsbeiträgen. Auch die Naturparke haben sich auf der Slow-Food-Messe engagiert und diese unterstützt.

Vor dem Hintergrund der gewachsenen Bedeutung von Bio-Lebensmitteln ist davon auszugehen, dass auch bei weiteren Aktivitäten und Ausstellungen im Land das Thema „Regionale Biolebensmittel“ kommuniziert wird (z. B. ÖkoMesse in Schwäbisch Hall). Eine flächendeckende Übersicht aller dieser Aktivitäten steht aber nicht zur Verfügung.

In Vertretung

Dr. Rittmann
Ministerialdirektor