

Antrag

der Abg. Paul Locherer u. a. CDU

und

Stellungnahme

**des Ministeriums für Ländlichen Raum
und Verbraucherschutz**

Chancen der kleinstrukturierten Lebensmittelwirtschaft in Baden-Württemberg

Antrag

Der Landtag wolle beschließen,
die Landesregierung zu ersuchen
zu berichten,

1. wie sie die Möglichkeiten einschätzt, Verbraucher für den Mehrwert, den die kleinstrukturierte Lebensmittelwirtschaft im Land, die etwa schwerpunktmäßig regionale, auch Bioprodukte anbietet, zu sensibilisieren;
2. welche Maßnahmen sie für notwendig hält, derzeit bestehenden Benachteiligungen der kleinstrukturierten Lebensmittelwirtschaft, etwa mit Blick auf den geringen Organisationsgrad und die hohe Diversifikation, entgegenzuwirken;
3. wie der Beratungsauftrag des Fachhandels in diesem Bereich gestärkt und weiterentwickelt werden kann (dies vor allem bezüglich der Ausbildung der Fachhandelsmitarbeiter);
4. wie die Vernetzung innerhalb der Wertschöpfungskette – sowohl zur Effizienzsteigerung als auch zur Unterstützung der glaubwürdigen regionalen und Bio-Ausrichtung – unterstützt werden kann;
5. wie den Defiziten gegenüber großindustriellen Wissenschaftsbemühungen in Grundlagenforschung wie in Produktentwicklung begegnet werden kann;
6. wie die Rahmenbedingungen so gestaltet werden können, dass eine handwerkliche Produktionsweise als integraler Bestandteil der kleinstrukturierten regionalen und Bio-Lebensmittelwirtschaft wettbewerbsfähig erhalten wird;
7. wie der Bereich Außer-Haus-Versorgung als Mittler für die ökologische Lebensmittelwirtschaft gewonnen werden kann (dies bezogen auch auf öffentliche Verpflegungseinrichtungen);

Eingegangen: 30. 11. 2011 / Ausgegeben: 06. 02. 2012

1

8. welche Maßnahmen dazu angetan sind, die Bio-Rohstoffherzeugung und Verarbeitung in Baden-Württemberg qualitativ bei der Alleinstellung zu unterstützen;
9. wie in der Schulbildung Bewusstsein für regionale Wirtschaftskreisläufe und auch die ökologische Mehrwertschöpfung geschaffen werden kann (dies gilt für allgemein bildende Schulen und in besonderem Maße für die landwirtschaftliche Ausbildung).

18. 11. 2011

Locherer, Rombach, Rüeck,
Köberle, von Eyb, Brunner CDU

Begründung

Aktuell und in der Vergangenheit bezogen und bezieht sich die Betrachtung der Weiterentwicklung der kleinstrukturierten, auch ökologischen Lebensmittelwirtschaft im Lande vornehmlich auf die Uterzeugung. Über die Unterstützung der Landwirtschaft hinaus aber ist es unabdingbar, auch das weiterverarbeitende Gewerbe und den Handel zu stärken, denn nur da, wo Rohstoffmengen entsprechende Veredelungs- und Absatzkanäle gegenüberstehen, ist dauerhaft eine Wachstumsentwicklung möglich. Und nur, wenn diese Betriebe im Land angesiedelt sind, kann eine glaubwürdige Regionalwirtschaft entwickelt werden, die dann auch regionale Wertschöpfung ermöglicht.

Der harte Wettbewerb in diesem Bereich bringt es oft mit sich, dass die Qualifizierung des Verkaufspersonals nicht adäquat gewährleistet werden kann und vor allem der Fachhandel nicht mit ausgebildetem Fachhandelspersonal aufwarten kann. Eine Verbesserung der Verkaufsqualität in Form eines wissens- und kundenorientierten Fachverkaufs kann dazu beitragen, dem Verbraucher Mehrwerte zu vermitteln.

Herstellung und Handel benötigen Rahmenbedingungen, die einen wertschätzenden Umgang mit Lebensmitteln ermöglichen. Vor allem kleine und mittelständische Unternehmen sind mit den bestehenden und zunehmend geforderten Hygieneanforderungen deutlich gefordert. Um eine weitere Standardisierung der Lebensmittel durch Industrialisierung zu verhindern und die Vielfalt in diesem Bereich zu erhalten, bedarf es eines vernünftigen Ausgleichs zwischen Lebensmittelsicherheit, guter fachlicher Praxis und handwerklichen Produktionsbedingungen. Es bedarf der rechtssicheren Erzeugungsmöglichkeit innerhalb der mittelständischen Wirtschaft.

Stellungnahme*)

Mit Schreiben vom 30. Januar 2012 Nr. Z(22)–0141.5/62 F nimmt das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz in Abstimmung mit dem Ministerium für Finanzen und Wirtschaft, dem Ministerium für Kultus, Jugend und Sport und dem Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst zu dem Antrag wie folgt Stellung:

*Der Landtag wolle beschließen,
die Landesregierung zu ersuchen
zu berichten,*

1. wie sie die Möglichkeiten einschätzt, Verbraucher für den Mehrwert, den die kleinstrukturierte Lebensmittelwirtschaft im Land, die etwa schwerpunktmäßig regionale, auch Bioprodukte anbietet, zu sensibilisieren;

Zu 1.:

Der deutsche bzw. baden-württembergische Lebensmittelmarkt ist von einem scharfen Wettbewerb unter den unterschiedlichen Vertriebssystemen des Lebensmitteleinzelhandels (LEH), des Ernährungshandwerks und der Ernährungsindustrie geprägt. Es muss daher davon ausgegangen werden, dass die klein strukturierte Lebensmittelwirtschaft sich eher nicht über eine Preisführerschaft am Markt behaupten kann. Die besonderen Chancen einer klein strukturierten Lebensmittelwirtschaft liegen in der Qualitätsführerschaft im weiteren Sinne und dem damit verbundenen Angebot eines nachvollziehbaren Mehrwerts für den Verbraucher. Dieser Mehrwert bezieht sich auf Produkt- oder Prozessqualitäten oberhalb der rechtlich vorgeschriebenen Standards, wie z. B. traditionelle Verarbeitungsverfahren, Transparenz und Nachvollziehbarkeit bei den Rohstoffen aus konventionellem und biologischem Anbau. Damit sind in der Regel Dienstleistungen um die Produkte und das jeweilige Unternehmen verbunden, die beispielsweise den Service, die Kundenansprache, kompetente Fachinformationen zu den angebotenen Produkten einschließlich Informationen zu deren Verwendung bzw. Zubereitung betreffen. Dabei spielen Themen wie Filialisierung, Convenience, Engagement im Gemeinwesen (z. B. Förderung des Jugendsports), horizontale und vertikale Kooperationen und Events zur Kundenbindung zunehmend eine wichtigere Rolle. Bei einem ansprechenden Angebot (Preis-/Leistungsverhältnis) kann eine entsprechende Nachfrage generiert und gesichert werden.

2. welche Maßnahmen sie für notwendig hält, derzeit bestehenden Benachteiligungen der kleinstrukturierten Lebensmittelwirtschaft, etwa mit Blick auf den geringen Organisationsgrad und die hohe Diversifikation, entgegenzuwirken;

Zu 2.:

Der Organisationsgrad der klein strukturierten Lebensmittelwirtschaft kann durch Zusammenschlüsse in Interessenverbänden, Clusterinitiativen, Fördergemeinschaften, das Eingehen von horizontalen und vertikalen Kooperationen und die Beteiligung an regionalen Herkunfts- und Qualitätsprogrammen, wie z. B. im Rahmen des Qualitätszeichens Baden-Württemberg, verbessert werden. Durch diese Bündelung der Interessen erhalten die klein strukturierten Betriebe eine wahrnehmbare Stimme. Dadurch kann auch der hohen Diversifikation begegnet werden, da gemeinschaftlich konkrete Maßnahmen und Ziele vereinbart werden, die zu Arbeitsteilungen und Spezialisierungen führen können.

Das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz und das Ministerium für Finanzen und Wirtschaft unterstützen den Erhalt und die Stärkung klein strukturierter Lebensmittelgeschäfte insbesondere auch vor dem Hintergrund einer gesicherten Nahversorgung im ländlichen Raum. Das Ministerium für Finanzen und Wirtschaft hat im Jahr 2010 gemeinsam mit dem Handelsverband Baden-Württemberg einen Leitfaden zur Sicherung der Nahversorgung in Baden-

*) Der Überschreitung der Drei-Wochen-Frist wurde zugestimmt.

Württemberg herausgegeben. In dem Leitfaden werden gute Beispiele für gelungene Nahversorgungskonzepte im Land aufgezeigt. Der Leitfaden wurde den Kommunen kostenlos zur Verfügung gestellt. Des Weiteren haben das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz, das Ministerium für Finanzen und Wirtschaft, die Akademie Ländlicher Raum und der Handelsverband Baden-Württemberg 2011 eine regionale Informationskampagne zur Stärkung der Nahversorgung und damit auch des klein strukturierten Lebensmittelhandels im ländlichen Raum durchgeführt, die 2012 fortgeführt werden soll.

Die Fachverbände des Nahrungsmittelhandwerks sowie die Handelsverbände stellen ihren Mitgliedsbetrieben fachkundige Beratungsleistungen mit dem Ziel zur Verfügung, sie zu stärken und ihre Position im Wettbewerb mit den großen Lebensmittelketten zu festigen. Die Betriebsberatung der Verbände wird vom Ministerium für Finanzen und Wirtschaft bezuschusst. So erhielt der Handelsverband Baden-Württemberg für den Beratungsdienst 2011 einen Landeszuschuss in Höhe von rund 314.000 €. Die Beratungsdienste der Landesinnungsverbände des Bäckerhandwerks wurden vom Ministerium für Finanzen und Wirtschaft 2011 mit rund 63.000 € unterstützt. Die Bezuschussung soll 2012 im bisherigen Umfang fortgeführt werden.

3. wie der Beratungsauftrag des Fachhandels in diesem Bereich gestärkt und weiterentwickelt werden kann (dies vor allem bezüglich der Ausbildung der Fachhandelsmitarbeiter);

Zu 3.:

Entscheidend für eine kompetente Kundenberatung im Lebensmitteleinzelhandel und im Nahrungsmittelhandwerk sind qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die Betriebe investieren daher konsequent in die Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeiter.

Das Ministerium für Finanzen und Wirtschaft unterstützt Handel und Nahrungsmittelhandwerk bei der beruflichen Aus- und Weiterbildung auf unterschiedliche Weise. So wurden beispielsweise 2011 überbetriebliche Ausbildungslehrgänge im badischen und württembergischen Bäckerhandwerk mit insgesamt rund 200.000 € bezuschusst. Die Ausbildungsinitiative des Handelsverbandes Baden-Württemberg „Azubi gesucht II“ unter dem Titel „Helden des Handels“, bei der u. a. die Berufe im Lebensmittelhandel mit im Fokus stehen, wird vom Ministerium für Finanzen und Wirtschaft bis 2013 mit rund 152.000 € aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds gefördert.

Im Rahmen der vom Ministerium für Finanzen und Wirtschaft federführend koordinierten Allianz für Fachkräfte wird die Landesregierung der beruflichen Aus- und Weiterbildung in allen Wirtschaftsbranchen in den nächsten Jahren weiterhin eine hohe Priorität einräumen.

Im Rahmen der Maßnahmen des Agrarmarketings und der Absatzförderung für Produkte aus Baden-Württemberg im Zusammenhang mit den Qualitätsprogrammen des Landes (Qualitäts- und Biozeichen Baden-Württemberg) werden von der MBW Marketinggesellschaft für die Mitarbeiter der entsprechenden Zeichennutzer und Absatzmittler auch Qualifizierungsmaßnahmen angeboten bzw. unterstützt. In diesem Zusammenhang ist auch auf das gemeinsame Projekt der MBW Marketinggesellschaft und der drei Landfrauenverbände in Baden-Württemberg „Landfrauen in der Verkaufsförderung – Agrarbotschafterinnen“ hinzuweisen.

4. wie die Vernetzung innerhalb der Wertschöpfungskette – sowohl zur Effizienzsteigerung als auch zur Unterstützung der glaubwürdigen regionalen und Bio-Ausrichtung – unterstützt werden kann;

Zu 4.:

Eine glaubwürdige regionale und ökologische Ausrichtung und eine Steigerung der Effizienz kann dadurch unterstützt werden, dass sich die Unternehmen entlang der Wertschöpfungskette aktiv austauschen, gemeinsam handeln sowie transparent

Informationen über Herkunft, Herstellung, Vertrieb und Qualität der Produkte weiterreichen.

In Baden-Württemberg haben sich deswegen kleine und mittlere Firmen im Lebensmittelbereich zu Clustern bzw. Netzwerken zusammengeschlossen. Dabei arbeiten Unternehmen unterschiedlicher Größe und Organisationsgrade zusammen und profitieren gegenseitig von den jeweiligen Erfahrungen. Beispiele dafür sind das Lebensmittelcluster Schwäbisch Hall, die Initiative „Food für Health“ im Bodenseeraum und auf Landesebene das Netzwerk „Bioaktive pflanzliche Lebensmittel“.

Eine wichtige Rolle kommt auch der MBW Marketinggesellschaft als Plattform eines Informationsnetzwerks für die Akteure der Land- und Ernährungswirtschaft und angrenzender Bereiche für übergreifende Kooperationen und Projekte wie zum Beispiel auch mit der Gastronomie und dem Tourismus zu. Sie nimmt dabei auch die Funktion des Dienstleisters und des Beförderers für die Weiterentwicklung und Umsetzung von Marketingmaßnahmen und -projekten wahr. Die Nutzung dieses Angebots bedarf stets auch einer entsprechenden Initiative der betreffenden Unternehmen und Verbände.

Zur weiteren und verstärkten Unterstützung regionaler Wertschöpfungsketten in der Erzeugung und Vermarktung von ökologischen Lebensmitteln hat das MLR mit der MBW Marketinggesellschaft im November 2011 einen Workshop „Mehr Wertschöpfung im Biomarkt für die baden-württembergische Land- und Ernährungswirtschaft!“ mit Vertretern der Landwirtschaft, der Erfassungs-, Verarbeitungs- und Vermarktungsstufe, einschließlich des Handels und der Gastronomie durchgeführt. Ziel war es, die Handlungsfelder zu evaluieren und Schwerpunkte für gemeinsame Maßnahmen der Beteiligten entlang der Wertschöpfungsketten und für gemeinsame horizontale Aktivitäten herauszuarbeiten. Bei der dort erfolgten Priorisierung der Handlungsfelder für entsprechende gemeinsame Aktivitäten der Wirtschaft im Sinne der Zielsetzung des Workshops wurden von den Teilnehmern die Bereiche Stärkung der Lieferketten, insbesondere mit dem Facheinzelhandel (z. B. Qualitätsoffensive für Produkte und Dienstleistungen), Maßnahmen zum und mit dem Biozeichen Baden-Württemberg als eindeutiges Kennzeichnungselement einer gesicherten Herkunft sowie Ernährungsbildung als vorrangig eingestuft. Entsprechend dieser Festlegung soll im Laufe des Jahres mit den betreffenden Akteuren entsprechende Maßnahmen bzw. Projekte entwickelt und ggf. schon die Umsetzung gestartet werden.

5. wie den Defiziten gegenüber großindustriellen Wissenschaftsbemühungen in Grundlagenforschung wie in Produktentwicklung begegnet werden kann;

Zu 5.:

In Baden-Württemberg gibt es in großem Umfang Be- und Verarbeitungsbetriebe der klein strukturierten Lebensmittelwirtschaft und der Zulieferindustrie wie zum Beispiel Hersteller von Aromen, Zutatens und Zusatzstoffen, Verpackungsunternehmen, Anlagenbauer und Spezialmaschinenbauer für die Lebensmittelindustrie.

Am Institut für Lebensmittelwissenschaft und Biotechnologie der Universität Hohenheim und dem Karlsruher Institut für Technologie werden Projekte mit kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) der klein strukturierten Lebensmittelwirtschaft durchgeführt.

Im Forschungskreis der Ernährungsindustrie e. V. (FEI), der Dachorganisation für die Durchführung staatlich geförderter, vorwettbewerblicher Forschungs- und Entwicklungsprojekte für die Lebensmittelwirtschaft (www.fei-bonn.de), werden Fragestellungen wie z. B. zur Gewährleistung der Lebensmittelsicherheit und Qualität unter dem Aspekt neuer gesetzlicher Vorgaben geklärt. Voraussetzung ist, dass sich mindestens sechs Unternehmen an einem Projekt beteiligen, wovon mindestens die Hälfte KMU sein müssen. Fördermittelgeber ist das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie. Die Universität Hohenheim ist einer der wichtigsten Forschungspartner für die verarbeitende Lebensmittelwirtschaft und Zulieferindustrie in Deutschland in dieser Fördermaßnahme. In Ergänzung dazu gibt es

transnationale Cornet-Projekte, in denen KMU und Forschungseinrichtungen in mindestens zwei europäischen Ländern Unterstützung erhalten (www.feibonn.de/netzwerk/eu_forschung/cornet/).

Beim durch das EU Interreg-Programm geförderten „Nutrhi.net-Projekt“ handelt es sich um ein grenzüberschreitendes deutsch-französisches Forschungsnetzwerk, welches zum Ziel hat, regionale Lebensmittel aus Baden-Württemberg und dem Elsass zu untersuchen und dieses Wissen den Verbrauchern zu vermitteln. Beteiligt sind das Max-Rubner-Institut und das Karlsruher Institut für Technologie.

Eine weitere Möglichkeit, die insbesondere die Forschung und Entwicklung von kleinen Unternehmen unterstützt, ist das Zentrale Innovationsprogramm Mittelstand (ZIM: www.zim-bmwi.de). Je nach Unternehmensgröße werden bis zu 50 Prozent der Kosten im Unternehmen und bis zu 100 Prozent der Kosten der Forschungseinrichtung übernommen. Mit diesen Instrumenten können kleine Unternehmen innovative Ideen bis zur Marktreife (meist mit Patentierung) entwickeln. Derzeit werden an der Universität Hohenheim zwei Projekte mit einer Projektdauer von jeweils zwei Jahren durchgeführt.

Als Modellprojekt wurde vor drei Jahren – finanziell unterstützt durch den Milchwirtschaftlichen Verein BW e. V. und durch das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz – das Transfer-Zentrum-Milch unter Beteiligung des Instituts für Lebensmittelwissenschaft und Biotechnologie der Universität Hohenheim eingerichtet. Insgesamt wurden in diesem Zeitraum über 100 Anfragen aus Lebensmittelunternehmen und der Zulieferindustrie bearbeitet. Die Unternehmen hatten insbesondere Bedarf in den Bereichen Forschung und Entwicklung, Qualitätssicherung und Öffentlichkeitsarbeit. Ein Vorteil auch für KMU ist der Zugang zu modernster Analytik und den Pilotanlagen für Testprodukte.

In Form einer Direktförderung durch industrielle Partner können im Rahmen von *Bachelorarbeiten* (ca. 2 bis 3 Monate), *Masterarbeiten* (ca. 6 bis 7 Monate) und *Promotionen* (24 bis 36 Monate) spezifische Problemstellungen wissenschaftlich-anwendungsorientiert bearbeitet werden. Neben den nutzbringenden Resultaten der eigentlichen Arbeit stehen den Firmen damit auch spezifisch (vor-)ausgebildete Absolventen zur Verfügung.

6. wie die Rahmenbedingungen so gestaltet werden können, dass eine handwerkliche Produktionsweise als integraler Bestandteil der kleinstrukturierten regionalen und Bio-Lebensmittelwirtschaft wettbewerbsfähig erhalten wird;

Zu 6.:

Die Erhaltung der Wettbewerbsfähigkeit ist grundsätzlich und primär Aufgabe der Wirtschaftsbeteiligten. Rahmenbedingungen zu setzen, ist Aufgabe des Staates bzw. im Bezug auf den Gemeinsamen Markt, Aufgabe der EU. Innerhalb dieser Rahmenbedingungen findet dieser Wettbewerb statt.

Aus Sicht des Nahrungsmittelhandwerks und seiner berufsständischen Vertretung werden als große Herausforderung oder Belastung die rechtlichen Regelungen wie zum Beispiel für die Hygieneanforderungen und das Qualitätsmanagement angeführt. Es ist daher notwendig, bestehende und neue Vorschriften regelmäßig in ihrem Anwendungsbereich auf ihre Auswirkungen auf das Nahrungsmittelhandwerk zu prüfen.

Die primäre Verantwortung für die Sicherheit der hergestellten bzw. in Verkehr gebrachten Lebensmittel liegt stets beim Lebensmittelunternehmer. Dies hat er durch eine sachgerechte Ausstattung seiner Betriebsstätte, angemessene Produktionsverfahren sowie durch Eigenkontrollmaßnahmen zu gewährleisten. Im Rahmen dieses Konzepts berücksichtigt das aktuell geltende Lebensmittel(hygiene)recht auch die Gegebenheiten in kleinen, traditionell arbeitenden bzw. handwerklich strukturierten Lebensmittelunternehmen. Die praktische Anwendung des Lebensmittelhygienerechts ist jedoch beispielweise hinsichtlich der Eigenkontrollmaßnahmen in kleinen, handwerklich strukturierten Betrieben nicht immer einfach. Hinzu kommt, dass nicht alle Produkte des handwerklichen Ernährungsgewerbes von sich aus als

verhältnismäßig sicher im Sinne des Lebensmittelrechts zu verstehen sind (z. B. Rohmilchprodukte, Hackfleisch, bestimmte Konditoreiwaren oder Gerichte mit nicht durchgegartem Fleisch).

Die amtliche Überwachung ist gerade bei kleinen Unternehmen zwar auch beratend tätig, überprüft aber insbesondere die Funktionsfähigkeit der angewandten Eigenkontrollsysteme. Einige Verbände haben gerade für kleine Betriebe sogenannte Hygieneleitlinien zur Ausgestaltung eines angemessenen Eigenkontrollsystems entworfen und gemäß den rechtlichen Vorgaben diese mit den Behörden abgestimmt.

Das MLR und die nachgeordneten Behörden in der Landesverwaltung unterstützen Verbände bei der Erarbeitung von sachgerechten Leitlinien. Die primäre Verantwortung bleibt jedoch bei den Wirtschaftsbeteiligten.

Nach Auffassung des MLR ist die Gewährleistung der Lebensmittelsicherheit gerade auch in kleinen Betrieben eine zentrale Voraussetzung für deren nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit.

Der aktuelle Megatrend Regionalität bietet für die kleinstrukturierte Lebensmittelwirtschaft Chancen sich mit entsprechenden Produkten und Dienstleistungen erfolgreich zu positionieren. Die Landesregierung hat anlässlich der IGW 2012 auch vor diesem Hintergrund gemeinsam mit Rheinland-Pfalz ein Eckpunktepapier „Regionalität in der Land- und Ernährungswirtschaft – für Transparenz, Vielfalt und fairen Wettbewerb!“ zur aktuellen bundesweiten Diskussion um Mindeststandards für regionale Vermarktungskonzepte, d. h. für mehr Transparenz und Nachhaltigkeit bei regionalen Angeboten, eingebracht.

Weiterhin kann die Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe des Nahrungsmittelhandwerks von den Kommunen im Rahmen ihrer Bauleitplanung durch eine konsequente Politik zur Stärkung der Innenstädte bzw. Ortszentren unterstützt werden.

7. wie der Bereich Außer-Haus-Versorgung als Mittler für die ökologische Lebensmittelwirtschaft gewonnen werden kann (dies bezogen auch auf öffentliche Verpflegungseinrichtungen);

Zu 7.:

Die Erfahrungen mit der Umsetzung von entsprechenden Vermarktungskonzepten für ökologische Lebensmittel lassen auf die Herausforderungen bei der Außer-Haus-Versorgung mit ökologisch erzeugten Lebensmitteln schließen. Dazu gehört zum Beispiel die Sicherstellung einer entsprechenden Versorgung mit ökologischen Lebensmitteln.

Ein erfolgversprechender Ansatz scheint zu sein, wenn der Anstoß von den Organisationen und Unternehmen, die ihren Mitarbeitern eine Gemeinschaftsverpflegungseinrichtung anbieten, selbst aus übergeordneten unternehmerischen Gründen kommt.

Im Rahmen des Workshops „Mehr Wertschöpfung im Biomarkt für die baden-württembergische Land- und Ernährungswirtschaft!“ wurde auch das Handlungsfeld Außer-Haus-Verpflegung evaluiert. Bei der dort erfolgten Priorisierung der Handlungsfelder wurden andere Handlungsfelder als vorrangig eingestuft (siehe Ziff. 4.).

Eine erfolgreiche Platzierung und Verstetigung eines Angebots an ökologischen Speisen und Lebensmitteln in Verpflegungseinrichtungen der öffentlichen Hand bedarf Konsumenten, die diesen Wert des Angebots honorieren wollen/können oder es bedarf derzeit auch einer (zusätzlichen) finanziellen Unterstützung seitens des Trägers der jeweiligen Einrichtungen.

8. *welche Maßnahmen dazu angetan sind, die Bio-Rohstoffherzeugung und Verarbeitung in Baden-Württemberg qualitativ bei der Alleinstellung zu unterstützen;*

Zu 8.:

Um den ökologischen Landbau in Baden-Württemberg weiter zu stärken, sollen im Gesamtplan „Bio aus Baden-Württemberg“ des Ministeriums für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz in verschiedenen Handlungsfeldern ein Portfolio an Projekten und Maßnahmen umgesetzt werden. Schwerpunkte darin sind die Aus- und Weiterbildung, die Stärkung der Forschung z. B. durch die Landesanstalten, die Fortsetzung des Öko-Monitorings und die Weiterentwicklung des Ökomarkts (siehe unter Ziff. 7.). Die bestehenden Instrumente und Angebote im Marketing und der Absatzförderung sollen mit den Akteuren aus der Produktions-, der Vermarktungs- und der Verarbeitungsstufe weiterentwickelt und verbreitert werden. Die MBW Marketinggesellschaft Baden-Württemberg soll dazu ihre Kompetenzen zusammen mit der Wirtschaft noch stärker im Ökobereich einsetzen.

9. *wie in der Schulbildung Bewusstsein für regionale Wirtschaftskreisläufe und auch die ökologische Mehrwertschöpfung geschaffen werden kann (dies gilt für allgemein bildende Schulen und in besonderem Maße für die landwirtschaftliche Ausbildung).*

Zu 9.:

Als Grundlage für das Bewusstsein für regionale Wirtschaftskreisläufe vermitteln allgemein bildende Schulen Grundkenntnisse innerhalb der Themen Wirtschaft, Arbeit und Gesundheit.

Besonders in den gesellschaftswissenschaftlichen Fächern bzw. Fächerverbänden wird an geeigneter Stelle auf die Bedeutung der Wirtschaft und damit der Thematik Verbraucher, Verbraucherverhalten und Verbraucherbildung hingewiesen. Entsprechende Stellen finden sich in den Bildungsplänen der allgemein bildenden Schularten wieder. Den Schulen steht es frei, Themen der Ökonomie in ihrem Schulcurriculum zu vertiefen und zu erweitern. Hierbei bietet es sich an, außerschulische Partner aus Unternehmen und externe Fachleute in den Unterricht und in Projekte mit einzubeziehen. Das Thema Verbraucherkompetenz der Schülerinnen und Schüler wird derzeit mit Unterstützung der Verbraucherkommission in einer Fortbildungsinitiative unterrichtlich verstärkt.

Das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz hat im Jahr 2009 mit der Materialsammlung „Konsumieren mit Köpfchen“ ein umfangreiches Medienpaket zur Verbraucherbildung von Jugendlichen herausgegeben. Der Materialordner ist bereits an weiterführenden Schulen in Baden-Württemberg sowie in der Lehreraus- und -fortbildung im Einsatz. Das Themenspektrum von „Konsumieren mit Köpfchen“ reicht vom „Umgang mit Geld“, über „Konsum und Marktgeschehen“ bis hin zu den „Auswirkungen des privaten Konsums“.

In der Berufsausbildung im Berufsfeld Agrarwirtschaft werden neben fundierten produktionstechnischen und ökologischen Kenntnissen, Kenntnisse der Ökonomie und der Vermarktung vermittelt. Die Lehrpläne bieten hierbei Ansatzpunkte, neben der Betrachtung der klassischen Absatzwege über Großabnehmer ebenso die Chancen einer regionalen Ausrichtung der Absatzstrukturen zu thematisieren. Durch die Lernortkooperation von Betrieb und Schule kann in der dualen Ausbildung sichergestellt werden, dass aktuelle Entwicklungen, wie sie die stärkere Ausrichtung auf regionale Absatzmärkte darstellt, aufgenommen werden und in das Unterrichtsgeschehen einfließen.

Die landwirtschaftlichen Fachschulen bieten jungen landwirtschaftlichen Unternehmern und Unternehmerinnen generell die Möglichkeit, ihre Betriebe hinsichtlich regionaler Wirtschaftskreisläufe und ökologischen Mehrwerts zu analysieren und Modellrechnungen für die nachhaltige Weiterentwicklung der Betriebe zu erarbeiten.

Bonde

Minister für Ländlichen Raum
und Verbraucherschutz