

Kleine Anfrage

der Abg. Klaus Hoher und Dr. Friedrich Bullinger FDP/DVP

und

Antwort

des Ministeriums für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz

Schriftliche Grußworte der Verbraucherstaatssekretärin auf Supermarktprospekten

Kleine Anfrage

Wir fragen die Landesregierung:

1. Welche schriftlichen Grußworte des Ministers für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz oder seiner Staatssekretärin wurden seit dem Regierungswechsel im vorigen Jahr auf Werbeprospekten von Lebensmitteleinzelhändlern veröffentlicht (Angabe von Zahl der einschlägigen Grußworte, Veröffentlichungsdatum und Name des jeweiligen Unternehmens)?
2. Welche in vergleichbarem Zusammenhang veröffentlichten schriftlichen Grußworte anderer Ministerien kann sie benennen?
3. Inwieweit ist es im Verbraucherschutzressort der Landesregierung üblich, derartige Beiträge zu Veröffentlichungen zugunsten bestimmter Marktteilnehmer zur Verfügung zu stellen?
4. Nach welchen Kriterien werden die in dieser Weise zu begünstigenden Marktteilnehmer gegebenenfalls ausgewählt?
5. In welcher Weise bereichert ihrer Auffassung nach der Lebensmitteleinzelhändler, der im Stuttgarter Dorotheenquartier am 30. Mai 2017 eine neue Filiale eröffnet hat, die „regional orientierte Handelslandschaft“?
6. Inwiefern tun dies mit dem oben genannten Unternehmen konkurrierende Marktteilnehmer ihrer Auffassung nach nicht?
7. In welcher Weise stärkt ihrer Auffassung nach der Lebensmitteleinzelhändler, der im Stuttgarter Dorotheenquartier am 30. Mai 2017 eine neue Filiale eröffnet hat, „Baden-Württembergs Profil als Genießerland“?
8. Inwiefern tun dies mit dem oben genannten Unternehmen konkurrierende Marktteilnehmer ihrer Auffassung nach nicht?

Eingegangen: 06.06.2017 / Ausgegeben: 12.07.2017

*Drucksachen und Plenarprotokolle sind im Internet
abrufbar unter: www.landtag-bw.de/Dokumente*

Der Landtag druckt auf Recyclingpapier, ausgezeichnet mit dem Umweltzeichen „Der Blaue Engel“.

9. Welche grundsätzliche Auffassung vertritt die Landesregierung hinsichtlich ihrer ordnungspolitisch gebotenen Neutralitätspflicht gegenüber Marktteilnehmern im Allgemeinen und in der Verbraucherschutzpolitik im Besonderen?
10. Inwiefern ist mit solchen Grußworten eine Unterstützung der Sonderangebotspolitik bei Frischfleischprodukten seitens der Landesregierung verbunden?

02.06.2017

Hoher, Dr. Bullinger FDP/DVP

Begründung

Anlässlich der Eröffnung einer neuen Filiale im Stuttgarter Dorotheenquartier am 30. Mai 2017 hat eine Siegburger Lebensmitteleinzelhandelskette einen Werbeprospekt veröffentlicht, der unter dem Werbeslogan „Unschlagbare Preise, unschlagbar echte Vielfalt“ ein Grußwort von „Friedlinde Gurr-Hirsch MdL, Staatssekretärin im Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg“ abbildet. Darin schreibt die für Verbraucherschutz zuständige Staatssekretärin, die Lebensmitteleinzelhandelskette bereichere „die regional orientierte Handelslandschaft und stärkt das Profil Baden-Württembergs als Genießerland.“ Darüber hinaus geht aus dem Werbeprospekt hervor, dass die Lebensmitteleinzelhandelskette Frischfleischprodukte als Bestandteil ihrer Sonderangebotspolitik betrachtet. Dieser Vorgang wirft grundsätzlich Fragen zum Amtsverständnis der Mitglieder der Landesregierung auf.

Antwort

Mit Schreiben vom 27. Juni 2017 Nr. Z(22)-0141.5/170F beantwortet das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz die Kleine Anfrage wie folgt:

Wir fragen die Landesregierung:

1. Welche schriftlichen Grußworte des Ministers für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz oder seiner Staatssekretärin wurden seit dem Regierungswechsel im vorigen Jahr auf Werbeprospekten von Lebensmitteleinzelhändlern veröffentlicht (Angabe von Zahl der einschlägigen Grußworte, Veröffentlichungsdatum und Name des jeweiligen Unternehmens)?

Zu 1.:

Anlässlich der Neueröffnung des Einzelhandelmarktes im Stuttgarter Dorotheenquartier, haben sich auf einem entsprechenden Handzettel der Handelskette Vertreter von Unternehmen und einer Organisation der baden-württembergischen Agrar- und Ernährungswirtschaft sowie ein in Stuttgart ansässiger Künstler zu dem damit verbundenen Angebot von Lebensmitteln aus Baden-Württemberg geäußert.

In ihrer Funktion als Aufsichtsratsvorsitzende der Marketinggesellschaft mbH (MBW) hat sich in diesem Handzettel auch Frau Staatssekretärin Friedlinde Gurr-Hirsch MdL geäußert:

Dies erfolgte vor dem Hintergrund der im Juli 2017 in diesem neuen Einzelhandelmarkt stattfindenden Verkaufsförderaktion der Fördergemeinschaft für Qua-

litätsprodukte aus Baden-Württemberg e. V. (FBW) im Rahmen des Formats „Marktplatz Baden-Württemberg“.

Das Format „Marktplatz Baden-Württemberg“ der FBW ist ein vom Lebensmitteleinzelhandel, und somit auch von den konkurrierenden Wettbewerbern des erwähnten Einzelhandelmarktes, genutztes Angebot des Gemeinschaftsmarketings der klein- und mittelständischen Ernährungswirtschaft Baden-Württembergs.

Abgesehen von dem hier angesprochenen Beitrag, wurden keine Werbeprospekte des Lebensmitteleinzelhandels mit vergleichbaren kurzen Beiträgen oder mit Grußworten des Ministers oder der Staatssekretärin des Ministeriums für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz veröffentlicht.

2. Welche in vergleichbaren Zusammenhang veröffentlichten schriftlichen Grußworte anderer Ministerien kann sie benennen?

Zu 2.:

Das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz hat keine Kenntnisse über Grußworte anderer Ministerien in vergleichbarem Zusammenhang.

3. Inwieweit ist es im Verbraucherschutzressort der Landesregierung üblich, derartige Beiträge zu Veröffentlichungen zugunsten bestimmter Marktteilnehmer zur Verfügung zu stellen?

4. Nach welchen Kriterien werden die in dieser Weise zu begünstigenden Marktteilnehmer gegebenenfalls ausgewählt?

Zu 3. und 4.:

Vor dem Hintergrund von Maßnahmen des Gemeinschaftsmarketings der Agrar- und Ernährungswirtschaft sind Grußworte auf bestimmten Printmedien wie beispielsweise beim Einkaufsführer „Geprüfte Lieferanten für Schmeck den Süden-Gastronomen“, dem „Genießerland Restaurantführer“ oder bei Messekatalogen üblich. Von diesem Angebot im Rahmen des Gemeinschaftsmarketings insbesondere für die Qualitätsprogramme des Landes (Qualitätszeichen und Bio-Zeichen Baden-Württemberg) und der Europäischen Union (Geoschutzprodukte), profitieren eine Vielzahl von Unternehmen entlang den entsprechenden Wertschöpfungsketten, die untereinander auch im direkten Wettbewerb stehen.

Entsprechende Anfragen von Unternehmen, Organisationen oder Kooperationen werden dabei einzelfallspezifisch geprüft.

5. In welcher Weise bereichert ihrer Auffassung nach der Lebensmitteleinzelhändler, der im Stuttgarter Dorotheenquartier am 30. Mai 2017 eine neue Filiale eröffnet hat, die „regional orientierte Handelslandschaft“?

6. Inwiefern tun dies mit dem oben genannten Unternehmen konkurrierender Marktteilnehmer ihrer Auffassung nach nicht?

7. In welcher Weise stärkt ihrer Auffassung nach der Lebensmitteleinzelhändler, der im Stuttgarter Dorotheenquartier am 30. Mai 2017 eine neue Filiale eröffnet hat, „Baden-Württembergs Profil als Genießerland“?

8. Inwiefern tun dies mit dem oben genannten Unternehmen konkurrierende Marktteilnehmer ihrer Auffassung nach nicht?

Zu 5. bis 8.:

Im Lebensmitteleinzelhandel gewinnen in den letzten Jahren zunehmend die Themenfelder Regionalität, Nachhaltigkeit und Transparenz an Bedeutung. Die Qualitätsprogramme des Landes können hierzu einen wertvollen Beitrag leisten, ins-

besondere in puncto gesicherte Herkunft, kontrollierte und ausgezeichnete Qualität, Rückverfolgbarkeit sowie neutrale Kontrollen. Der Lebensmitteleinzelhandel erhofft sich durch diese Ausrichtung, seine Wettbewerbsposition am Markt zu stärken und gegebenenfalls zu verbessern. Die Neueröffnung des Lebensmitteleinzelhandels im Stuttgarter Dorotheenquartier stellt dies unter Beweis.

Mit konkurrierenden Marktteilnehmern, insbesondere dem klassischen Lebensmittelhandel, gibt es teilweise über Jahrzehnte hinweg, im Zusammenhang mit den o. g. Qualitätsprogrammen und den Maßnahmen des Gemeinschaftsmarketings der FBW, eine gute und erfolgreiche Zusammenarbeit, zum Nutzen der heimischen Landwirtschaft und deren Partnern in der Verarbeitung und Vermarktung.

9. Welche grundsätzliche Auffassung vertritt die Landesregierung hinsichtlich ihrer ordnungspolitisch gebotenen Neutralitätspflicht gegenüber Marktteilnehmern im Allgemeinen und in der Verbraucherschutzpolitik im Besonderen?

Zu 9.:

Entsprechend § 20 Abs. 3 des Landwirtschafts- und Landeskulturgesetzes (LLG) hat sich das Land Baden-Württemberg dazu verpflichtet, die Agrar- und Ernährungswirtschaft beim Absatz ihrer Produkte zu unterstützen, z. B. durch Förderung von Maßnahmen des Gemeinschaftsmarketings sowie zur Verbraucheraufklärung.

Die Qualitätsprogramme des Landes wurden zu diesem Zweck geschaffen und können dazu einen wichtigen Beitrag leisten. Daher ist es geboten, dass sich das Land als Zeichenträger, vertreten durch das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz, öffentlich dazu bekennt und dafür gemeinsam mit den Marktbeteiligten ein- und auftritt.

Die in Zusammenarbeit mit der MBW angebotenen Maßnahmen des Gemeinschaftsmarketings werden von den unterschiedlichen Unternehmen der Agrar- und Ernährungswirtschaft entlang den Wertschöpfungsketten trotz des Wettbewerbs untereinander genutzt.

10. nwiefern ist mit solchen Grußworten eine Unterstützung der Sonderangebotspolitik bei Frischfleischprodukten seitens der Landesregierung verbunden?

Zu 10.:

Der Landesregierung sind auskömmliche Erzeugerpreise ein besonderes Anliegen.

Sonderangebote sind in der Regel zeitlich begrenzt und dienen als Marketinginstrument zur Kundenbindung und Sicherung der Kundenfrequenz zur Stärkung der jeweiligen Position des Anbieters im Markt.

Die Höhe und Entwicklung von Erzeugerpreisen hängt vor allem von der Angebots- und Nachfragesituation auf den vorgelagerten Stufen der jeweiligen Wertschöpfungsketten ab, wie es die aktuelle Situation am europäischen Schweinemarkt deutlich macht.

Hauk

Minister für Ländlichen Raum
und Verbraucherschutz