

Antrag

der Abg. Karl Zimmermann u. a. CDU

und

Stellungnahme

**des Ministeriums für Ländlichen Raum
und Verbraucherschutz**

Streuobst-Aufpreisinitiative

Antrag

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

1. ob ihr bekannt ist, wie viele Aufpreisinitiativen es in Baden-Württemberg gibt;
2. ob diese vom Land Baden-Württemberg gefördert wurden bzw. werden;
3. welche Zielsetzung die Aufpreisinitiativen verfolgen und ob diese Ziele von den Initiativen erreicht werden;
4. ob es ein Netzwerk der Aufpreisinitiativen in Baden-Württemberg und darüber hinaus gibt und wenn ja, welchen Nutzen es hat;
5. ob es ein einheitliches Auftreten und gemeinsame Absatzstrategien gibt;
6. ob sich der Absatz unproblematisch gestaltet;
7. ob die Produkte das Qualitätszeichen Baden-Württemberg tragen können und wenn ja, inwiefern dieses Siegel von den Initiativen genutzt wurde;
8. ob dieses Siegel den Absatz im Lebensmitteleinzelhandel erleichtern und befördern könnte.

29. 05. 2017

Zimmermann, Dr. Rapp, Burger,
Gurr-Hirsch, Hagel, Épple, von Eyb CDU

Begründung

Baden-Württemberg verfügt über das größte zusammenhängende Streuobstgebiet in Europa. Streuobstbestände sind ökologisch und landschaftlich unverzichtbar. Die Pflege ist aufwendig und bringt wenig wirtschaftlichen Nutzen. Es muss daran gelegen sein, die Wertschöpfung für die Eigentümer und Bewirtschafter wirtschaftlich interessanter zu gestalten. Der Antrag soll die Möglichkeiten der Aufpreisinitiativen aufzeigen.

Stellungnahme

Mit Schreiben vom 20. Juni 2017 Nr. Z(22)-0141.5/164FF nimmt das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz zu dem Antrag wie folgt Stellung:

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

1. ob ihr bekannt ist, wie viele Aufpreisinitiativen es in Baden-Württemberg gibt;

Zu 1.:

Die Zahl der Aufpreisinitiativen in Baden-Württemberg wird nicht systematisch erhoben.

Im Rahmen einer im Jahr 2016 im Auftrag des Ministeriums für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz durchgeführten Studie durch den NABU Baden-Württemberg zur Aufpreisvermarktung von Streuobstprodukten in Baden-Württemberg wurden 51 aktive Aufpreisinitiativen ermittelt.

2. ob diese vom Land Baden-Württemberg gefördert wurden bzw. werden;

Zu 2.:

Das Land unterstützt die Aufpreisinitiativen, die sich an definierte Anbau- und Qualitätsstandards halten, bei der Vermarktung. Die Förderung erfolgt seit 1996 auf der Grundlage von § 20 Abs. 3 Landwirtschafts- und Landeskulturgesetz in seiner zuletzt geänderten Fassung. Die Fördermodalitäten können über folgenden Link im Internet abgerufen werden:

<http://www.streuobst-bw.info/pb/Lde/Startseite/Foerderung/Vermarktungsfoerderung>.

Im Jahr 2016 wurden über dieses Förderinstrument 23 Aufpreisinitiativen bzw. 1.215 Streuobsterzeuger gefördert. Die geförderte Streuobstfläche betrug 986 Hektar.

Darüber hinaus unterstützt das Land die Bewirtschaftung und Pflege von Streuobstbeständen über diverse Maßnahmen, die sich auch, aber nicht spezifisch an Aufpreisinitiativen richten:

Im Rahmen des Förderprogramms für Agrarumwelt, Klimaschutz und Tierwohl (FAKT) fördert das Land die Pflege und umweltfreundliche Bewirtschaftung der Kulturlandschaft. Landwirtinnen und Landwirte können die Streuobstmaßnahme des Programms nutzen. Gefördert wird die aufwendige Grünlandpflege unter und zwischen den Bäumen einer Streuobstwiese mit 2,50 Euro je Baum und Jahr über einen Zeitraum von fünf Jahren. Derzeit (2017) liegen rund 11.200 Anträge mit rund 1,47 Mio. Bäumen vor.

Das Land fördert darüber hinaus gezielt kleine Betriebe, die nicht am Agrarumweltprogramm FAKT für Ökolandbau teilnehmen, mit der „Verwaltungsvorschrift zur Stärkung des ökologischen Landbaus“. Darüber kann eine Förderung der Bio-Kontrollkosten beim Landesverband Erwerbsobstbau Baden-Württemberg e. V. (LVEO) beantragt werden.

Im Rahmen des fünfjährigen Landesprogramms Förderung Baumschnitt-Streuobst können Aufpreisinitiativen, Gemeinden, Vereine, Mostereien, Landschaftserhaltungsverbände, Abfindungsbrennereien und Gruppen von Privatpersonen über eine Sammelantragstellung eine finanzielle Unterstützung von je 15 Euro für zwei fachgerecht durchgeführte Baumschnittmaßnahmen erhalten. Die Förderung erfährt eine sehr gute Resonanz. Sie regt mit tragbarem Verwaltungsaufwand an, dass sich die Menschen vor Ort für die Baumpflege einsetzen, Akteure bündeln, Kooperationen stärken und Verwertungs- und Vermarktungskonzepte entwickeln. Bei den Regierungspräsidien liegen etwa 1.100 Anträge mit 404.000 Bäumen vor, die im Zeitraum von 2015 bis 2020 gemäß einem Schnittkonzept mindestens zweimal geschnitten werden sollen.

Hinzu kommen weitere Möglichkeiten der Streuobstförderung, z. B. über die Landschaftspflegelinie, über PLENUM sowie über die Förderung in Biosphärengebieten bzw. in Naturparks. Eine Übersicht findet sich auf dem Streuobstportal des Landes unter www.streuobst-bw.info.

Auch die Investitionsförderung der baden-württembergischen Fruchtsafthersteller im Rahmen der Marktstrukturförderung ist ein Beitrag zur Unterstützung der Aufpreisinitiativen.

3. welche Zielsetzung die Aufpreisinitiativen verfolgen und ob diese Ziele von den Initiativen erreicht werden;

Zu 3.:

Die Aufpreisinitiativen haben das gemeinsame Ziel, einen Anreiz zu bieten, Streuobstbestände weiterhin zu bewirtschaften und dabei ökologische Kriterien im Blick zu haben. Das Grundprinzip bei der Aufpreisvermarktung ist daher, dass die Erzeugerinnen und Erzeuger für das angelieferte und getrennt erfasste Streuobst einen höheren Preis ausgezahlt bekommen als für sonstiges Obst. Die Kunden zahlen dann beispielsweise zehn Cent pro Liter mehr für diesen getrennt erfassten Streuobstsft. Viele der Initiativen haben Vorgaben für ihre Erzeuger und auch Verarbeiter, zum Beispiel, dass das Obst ausschließlich von Hochstämmen stammt, die ohne chemisch-synthetische Behandlungsmittel bewirtschaftet werden. Oft gibt es ein Pflege- und Nachpflanzgebot. Die Auszahlung des „Aufpreises“ erfolgt über unterschiedliche Modelle. Die jeweils definierten Ziele werden in der Regel erreicht.

4. ob es ein Netzwerk der Aufpreisinitiativen in Baden-Württemberg und darüber hinaus gibt und wenn ja, welchen Nutzen es hat;

Zu 4.:

25 Aufpreisinitiativen im Land sind aktuell zusammengeschlossen im Aktionsbündnis Streuobst-Aufpreis-Initiativen Baden-Württemberg (ASBW). Die Vernetzung der Aufpreisinitiativen dient dem Erfahrungs- und Gedankenaustausch, der gegenseitigen Abstimmung, der Entwicklung neuer Ideen, der Gestaltung von Öffentlichkeitsarbeit oder der Formulierung von Forderungen gegenüber der Politik. Zu bundesweiten Treffen lädt der NABU Bundesfachausschuss Streuobst alle vier Jahre ein. Dabei sind insbesondere diejenigen Aufpreisinitiativen angesprochen, die das Qualitätszeichen für Streuobstprodukte des NABU nutzen.

5. ob es ein einheitliches Auftreten und gemeinsame Absatzstrategien gibt;

Zu 5.:

Vertreterinnen und Vertreter von Aufpreisinitiativen in Baden-Württemberg stehen seit längerem im Austausch mit dem Ministerium für Ländlichen Raum und

Verbraucherschutz einschließlich der MBW Marketinggesellschaft, um die Voraussetzungen, Chancen und den damit verbundenen Aufwand eines gemeinsamen Auftritts mit einer gemeinsamen Absatzstrategie zu erörtern.

Am 10. Mai 2017 veranstaltete das Aktionsbündnis Streuobst-Aufpreis-Initiativen Baden-Württemberg eine Verkostung von Streuobstprodukten im Landtag.

6. ob sich der Absatz unproblematisch gestaltet;

Zu 6.:

Nach einer ersten Einschätzung auf Grundlage der Studie zur Aufpreisvermarktung des NABU Baden-Württemberg gestaltet sich der Absatz von Streuobstprodukten uneinheitlich. Für die Initiativen, die auf lokaler Ebene vermarkten, ist der Absatz häufig mit viel ehrenamtlichem Engagement verbunden. Für kleinere Initiativen, die auf lokaler Ebene vermarkten, ist der Absatz aber unter Umständen unproblematischer als für größere Initiativen, die über „ihre“ Region hinaus, zum Beispiel als Tankware, vermarkten und deshalb auch unterschiedliche Vertriebswege nutzen müssen. Der Schwerpunkt liegt eindeutig bei der Vermarktung von Produkten, die aus Äpfeln hergestellt werden. Ein gewisser Trend zu biozertifizierten Produkten kann in den letzten zehn Jahren festgestellt werden.

7. ob die Produkte das Qualitätszeichen Baden-Württemberg tragen können und wenn ja, inwiefern dieses Siegel von den Initiativen genutzt wurde;

Zu 7.:

Zur Kennzeichnung von regionalen Qualitätsprodukten mit dem Qualitätszeichen Baden-Württemberg (QZBW) müssen die Aufpreisinitiativen Zeichennutzer im QZBW-System sein. Das Zeichen kann von Verarbeitungs- und Vermarktungsorganisationen genutzt werden, die mittels eines Zeichennutzungsvertrages in das Kontroll- und Prüfsystem eingebunden sind. Die zu erfüllenden Mindestanforderungen an die Produkt- und Prozessqualität sind in den Zusatzanforderungen „Fruchtsaft, Fruchtsaftschorle, Obstmost, Obstwein, Obstessig“ des Qualitätszeichens Baden-Württemberg geregelt. In 2016 vermarkteten sieben Aufpreisinitiativen Produkte mit dem Qualitätszeichen Baden-Württemberg.

8. ob dieses Siegel den Absatz im Lebensmitteleinzelhandel erleichtern und befördern könnte.

Zu 8.:

Das Qualitätszeichen Baden-Württemberg hat sich zu einem verlässlichen Wegweiser für Verbraucherinnen und Verbraucher insbesondere im Lebensmitteleinzelhandel entwickelt.

Die mit dem Qualitätszeichen Baden-Württemberg gekennzeichneten Produkte stehen für Lebensmittel mit gesicherter Qualität, nachvollziehbarer Herkunft und neutrale Kontrollen.

Der Lebensmitteleinzelhandel, insbesondere die zunehmend regionalorientierten selbstständigen Lebensmitteleinzelhändler, ist stetig auf der Suche nach Qualitätsprodukten mit besonderem „Mehrwert“, mit denen er sich von Mitbewerbern abheben und Wettbewerbsvorteile verschaffen kann. Für die Aufpreisinitiativen bietet das Qualitätszeichen Baden-Württemberg vor diesem Hintergrund wertvolle Absatzchancen. Zeichennutzer der Qualitätsprogramme des Landes erhalten zudem die Möglichkeit, an den zahlreichen Aktionen und Instrumenten des Gemeinschaftsmarketings teilzunehmen.

Allerdings sind die Initiativen in der Regel regional ausgerichtet, und insbesondere kleinere Initiativen vermarkten ihre Produkte lokal, sodass aufgrund der Nähe

von Produzenten und Verbrauchern in diesen Absatzkanälen auf eine Nutzung des Qualitätszeichens Baden-Württemberg und somit auf die Programmteilnahme verzichtet wird.

Hauk

Minister für Ländlichen Raum
und Verbraucherschutz