

**Kleine Anfrage**

**des Abg. Klaus Hoher FDP/DVP**

**und**

**Antwort**

**des Ministeriums für Ländlichen Raum  
und Verbraucherschutz**

**„VON DAHEIM BW“**

Kleine Anfrage

Ich frage die Landesregierung:

1. Wie häufig wurde die App „VON DAHEIM BW“ bisher insgesamt heruntergeladen?
2. Ist ihr bekannt, bei wie vielen Nutzern die App auf dem Gerät installiert ist?
3. Wie viele regelmäßige Nutzer verzeichnet die App (Nutzung beispielsweise einmal in der Woche)?
4. Wie viele Unternehmen in Baden-Württemberg nehmen an der App teil?
5. Profitieren diese Unternehmen von der App und haben sich positiv über die App geäußert?
6. Welche Personal- und Sachkosten sind aufgrund der App entstanden?
7. Welches Marketing-Budget wird für die App eingesetzt?
8. Wie wird konstruktive Kritik von Nutzern verwertet oder wie wird mit Rückmeldungen von Nutzern umgegangen?
9. Welche Wirtschaftlichkeit bringt die App hervor?
10. Ist ein schriftlicher Bericht zur App verfügbar, um diese für Verbraucher transparent zu gestalten sowie Kosten und Nutzen offenzulegen?

12. 11. 2019

Hoher FDP/DVP

Eingegangen: 20. 11. 2019 / Ausgegeben: 20. 12. 2019

*Drucksachen und Plenarprotokolle sind im Internet  
abrufbar unter: [www.landtag-bw.de/Dokumente](http://www.landtag-bw.de/Dokumente)*

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

## Antwort

Mit Schreiben vom 16. Dezember 2019 Nr. Z(22)-0141.5/505F beantwortet das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz die Kleine Anfrage wie folgt:

*1. Wie häufig wurde die App „VON DAHEIM BW“ bisher insgesamt heruntergeladen?*

Zu 1.:

Die App wurde insgesamt 6.533-mal heruntergeladen (Stand 1. Dezember 2019).

*2. Ist ihr bekannt, bei wie vielen Nutzern die App auf dem Gerät installiert ist?*

Zu 2.:

Die App ist aktuell 3.092-mal installiert (Stand 1. Dezember 2019).

*3. Wie viele regelmäßige Nutzer verzeichnet die App (Nutzung beispielsweise einmal in der Woche)?*

Zu 3.:

Innerhalb der letzten 28 Tage haben 932 Personen die App genutzt (Stand 1. Dezember 2019).

*4. Wie viele Unternehmen in Baden-Württemberg nehmen an der App teil?*

Zu 4.:

In der App „VON DAHEIM BW“ sind 777 Hofläden und 313 Restaurants der „Schmeck den Süden“-Gastronomen registriert (Stand 1. Dezember 2019).

*5. Profitieren diese Unternehmen von der App und haben sich positiv über die App geäußert?*

Zu 5.:

Die Regionalkampagne „Natürlich. VON DAHEIM“ wurde im August 2017 gestartet. Verbraucherinnen und Verbraucher sollen nachvollziehbar und transparent über die Vorzüge und den Mehrwert von regionalen Wertschöpfungsketten sowie regionaler Lebensmittel sensibilisiert werden. Hierbei ist entsprechend auch eine nachvollziehbare Produkt- und Prozessqualität von essentieller Bedeutung. Die von der EU notifizierten Qualitätsprogramme des Landes, das Qualitätszeichen Baden-Württemberg, das Biozeichen Baden-Württemberg und die geschützten geografischen Angaben nach EU-Recht sowie das EU-Biosiegel sind daher verlässliche Orientierungshilfen für die Verbraucherinnen und Verbraucher.

Die App „VON DAHEIM BW“ stellt einen Teilbereich der Regionalkampagne „Natürlich. VON DAHEIM“ dar. Die baden-württembergischen Landwirtinnen und Landwirte mit Direktvermarktung sowie die „Schmeck den Süden“-Gastronomen haben mittels der App eine Möglichkeit, ihr Angebote aus ihrer Region zu präsentieren. Die Rückmeldungen z. B. vom Projektrat der „Schmeck den Süden“-Gastronomen sind positiv.

*6. Welche Personal- und Sachkosten sind aufgrund der App entstanden?*

Zu 6.:

Für Erstellung, Pflege und Weiterentwicklung der App sind in den Haushaltsjahren 2017 bis 2019 insgesamt 124.900 Euro externe Kosten entstanden.

*7. Welches Marketing-Budget wird für die App eingesetzt?*

Zu 7.:

Die Bewerbung der App findet im Rahmen der Regionalkampagne statt, daher kann die Höhe des Marketing-Budgets nicht beziffert werden. So werden Verbraucherinnen und Verbraucher u. a. auf Veranstaltungen der Regionalkampagne (z. B. verschiedene Messen und Events) auf die App aufmerksam gemacht. Ebenso wird die App auf der Homepage der Regionalkampagne vorgestellt.

*8. Wie wird konstruktive Kritik von Nutzern verwertet oder wie wird mit Rückmeldungen von Nutzern umgegangen?*

Zu 8.:

Anmerkungen und Wünsche der Nutzerinnen und Nutzer werden regelmäßig MLR-intern zusammen mit der Marketinggesellschaft mbH besprochen und ggf. in die Umsetzung einbezogen. Ebenso fließen z. B. auch die Rückmeldungen der Unteren Landwirtschaftsbehörden oder der „Schmeck den Süden“-Gastronomen mit ein. In diesem Rahmen wurde die App bereits um die Veranstaltungsfunktion erweitert (z. B. zur Veröffentlichung der Gläsernen-Produktion-Termine).

*9. Welche Wirtschaftlichkeit bringt die App hervor?*

Zu 9.:

Wie bereits bei Ziffer 5 erwähnt, handelt es sich bei der App „VON DAHEIM BW“ um einen Teilbereich der Regionalkampagne des Landes. Die Regionalkampagne hat das Ziel, die Wertschätzung gegenüber Lebensmitteln der entsprechenden Erzeuger zu generieren sowie den Wert der positiven Wirkung von regionalen Wertschöpfungsketten zu unterstützen. Die App soll hierbei unterstützend fungieren und dient daher der Verbraucherinformation und Aufklärung.

*10. Ist ein schriftlicher Bericht zur App verfügbar, um diese für Verbraucher transparent zu gestalten sowie Kosten und Nutzen offenzulegen?*

Zu 10.:

Einen schriftlichen Bericht bezogen auf Nutzungsbedingungen und Datenschutzrichtlinien sind in den jeweiligen App-Stores, die die App zum Download anbieten sowie auf der Homepage zur Regionalkampagne „Natürlich. VON DAHEIM“ für die Verbraucherinnen und Verbraucher abrufbar.

Hauk

Minister für Ländlichen Raum  
und Verbraucherschutz