

## **Antrag**

**der Abg. Klaus Hoher und Dr. Erik Schweickert u. a. FDP/DVP**

**und**

## **Stellungnahme**

**des Ministeriums für Ernährung, Ländlichen Raum  
und Verbraucherschutz**

### **Vermarktung alkoholischer Getränke als Kulturgut in Baden- Württemberg**

Antrag

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

1. welche Lebens- oder Genussmittel sie als sogenanntes Kulturgut definiert;
2. welche Kriterien ein Lebens- oder Genussmittel erfüllen muss, damit sie es als sogenanntes Kulturgut definiert (bitte differenziert nach dem jeweiligen Lebens- oder Genussmittel)
3. aus welchen Gründen im Detail sie Lebens- oder Genussmittel als sogenanntes Kulturgut definiert (bitte differenziert nach dem jeweiligen Lebens- oder Genussmittel);
4. welche Lebens- oder Genussmittel nach ihrer Kenntnis in anderen Bundesländern und EU-Mitgliedsstaaten als sogenanntes Kulturgut definiert werden;
5. wie sie einen moderaten und einen schädlichen Alkoholkonsum definiert;
6. inwiefern sie der Ansicht ist, dass die Bezeichnung alkoholischer Getränke wie Wein, Bier oder Obstbrände als sogenanntes Kulturgut einen schädlichen Konsum von Alkohol begünstigen kann;
7. wie sie die aktuelle Debatte um die Regulierung von alkoholischen Getränken seit Drucksache 17/1935 im Detail bewertet, insbesondere mit Blick auf die Auswirkungen auf die Wein-, Bier- und Spirituosenwirtschaft in Baden-Württemberg;

8. wie sie die Entscheidung der EU, die Zuständigkeiten im Bereich der Alkoholpolitik bei den Mitgliedsstaaten zu belassen und keine allgemeine EU-Regelung festzusetzen, im Detail bewertet, insbesondere mit Blick auf die Auswirkungen auf die Wein-, Bier- und Spirituosenwirtschaft in Baden-Württemberg;
9. welche Konsequenzen sie aus der Entscheidung der EU für die eigene Alkoholpolitik in Baden-Württemberg zieht;
10. inwiefern sie es vor dem Hintergrund der aktuellen Debatte um die Regulierung von alkoholischen Getränken für vertretbar hält, verschiedene alkoholische Getränke als sogenannte Kulturgüter zu bewerben;
11. inwiefern sie den Vorschlag unterstützt, Streuobst nicht nur zu Saft zu verarbeiten, sondern zu verfeinern, etwa als Obstwein oder Sekt (siehe hierzu Schwäbische Zeitung Ravensburg, 23. Januar 2021 „Zankapfel Streuobst“);
12. welche Bedeutung sie der Wein-, Bier- und Spirituosenwirtschaft für die Wirtschaftsförderung im ländlichen Raum beimisst;
13. inwieweit sie einen Zielkonflikt zwischen der Gesundheitspolitik und Alkoholprävention und der Vermarktung alkoholischer Getränke als Kulturgut sieht;
14. welche Auswirkungen sie auf die Wein-, Bier- und Spirituosenwirtschaft insbesondere im ländlichen Raum, die weinbaulichen Schulen und Hochschulen, die Schulen und Hochschulen des Brauwesens sowie die Ausbildung im Brennereiwesen in Baden-Württemberg sieht, wenn die Regulierungsschraube bei alkoholischen Getränken weitergedreht wird;
15. welche Bedeutung alkoholische Getränke im Rahmen der Regionalkampagne „Von Daheim“ spielen.

25.11.2022

Hoher, Dr. Schweickert, Dr. Rülke, Haußmann, Birnstock,  
Brauer, Fischer, Haag, Heitlinger, Dr. Jung FDP/DVP

### Begründung

Zahlreiche alkoholische Getränke werden heute als sogenannte Kulturgüter vermarktet. Die „Weinkultur in Deutschland“ gehört beispielsweise seit März 2021 zum „Immateriellen Kulturerbe Deutschlands“. Die Kulturministerkonferenz nahm sie auf Empfehlung des Expertenkomitees der Deutschen UNESCO-Kommission in das Bundesweite Verzeichnis des Immateriellen Kulturerbes auf. Seit März 2022 ist ebenfalls handwerkliches Bierbrauen als sogenanntes „Immaterielles Kulturerbe“ in Deutschland anerkannt.

Auch auf der Internetseite des Ministeriums für Ländlichen Raum, Ernährung und Verbraucherschutz wird Wein als Kulturgut bezeichnet und darüber hinaus als zentraler Genussbotschafter für das Genießerland Baden-Württemberg (siehe auch Internetseite des Ministeriums für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg, „Weinbau in Baden-Württemberg“, Stand: 17. November 2022). Auch die Kleinbrennerei oder die Herstellung von Most wird seitens der Landesregierung als die Kultur in Süddeutschland mitprägend dargestellt (siehe auch Südkurier vom 4. Oktober 2016: „Klein- und Obstbrenner als Hüter der Kulturlandschaft“). Ebenfalls wird Bier als Kulturgut in Baden-Württemberg bezeichnet (siehe auch Internetseite des Landesbauernverbands in Baden-Württemberg e. V., „Minister Peter Hauk: ‚Bier aus Baden-Württemberg steht für Qualität, Vielfalt und Genuss‘“).

Gleichzeitig sind mittlerweile zehn Jahre vergangen, seit Alkohol nebst Tabak und verarbeiteten Lebensmitteln von wissenschaftlicher Seite als „unhealthy commodity“ („ungesundes Gut“) bezeichnet wurde. Der Konsum dieser Produkte führte laut WHO im Jahr 2016 zu insgesamt 5,5 Prozent aller Todesfälle in der Europäischen Union. Die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) hebt zudem die hohen sozialen Schäden und volkswirtschaftlichen Kosten hervor, die mit dem Konsum von Alkoholika einhergehen. Die auf internationaler Ebene diskutierten Regulierungsvorschläge sprechen alle alkoholischen Getränke an, ob Bier, Spirituosen oder Wein. Große Bedeutung kommt dabei drei Maßnahmenbereichen zu, die aufgrund ihrer einfachen politischen Implikation, bei einer betont hohen Wirksamkeit, auch als die „Three Best Buys“ bezeichnet werden. Diese sind Werbeverbote, Preisanpassungen und Einschränkungen der Verfügbarkeit alkoholischer Getränke. Wenn die Regulierungsschraube bei alkoholischen Getränken weitergedreht wird, wird dies auch Auswirkungen auf die Weinbaulichen Schulen und Hochschulen, die Schulen und Hochschulen des Brauwesens oder die Ausbildung im Brennereiwesen haben. In welchem Ausmaß und zu welchem Zeitpunkt die Wein-, Bier- und Spirituosenwirtschaft in Baden-Württemberg davon betroffen sein wird, hängt aus Sicht der Antragsteller auch davon ab, mit welcher Strategie man sich in die Debatten einbringt.

### Stellungnahme

Mit Schreiben vom 10. Januar 2023 Nr. MLRZ-0141-1/15/1 nimmt das Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz im Einvernehmen mit dem Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst, dem Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus und dem Ministerium für Soziales, Gesundheit und Integration zu dem Antrag wie folgt Stellung:

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

*1. welche Lebens- oder Genussmittel sie als sogenanntes Kulturgut definiert;*

Zu 1.:

Die Landesregierung definiert grundsätzlich nicht, welche Lebens- oder Genussmittel Kulturgut sind. Kultur im umfassenden Sinn kann alles sein, was unser gesellschaftliches Miteinander prägt, und reicht von künstlerischen Ausdrucksformen wie Musik, Literatur oder Bildender Kunst über besondere Brauchtümer wie den Volkstanz oder die Fastnacht bis zu ganz alltäglichen Gepflogenheiten, die den Alltag prägen und von Menschen als identitätsstiftend empfunden werden. Dass manches, was in der Vergangenheit als prägend und selbstverständlich empfunden wurde, aus heutiger Sicht kritisch beurteilt werden muss, schließt keineswegs aus, dass es von vielen Menschen als Kulturgut empfunden wird. Dies zeigt auch die große Sonderausstellung „Berauschend – 10.000 Jahre Bier und Wein“, die derzeit im Landesmuseum Württemberg zu sehen ist.

*2. welche Kriterien ein Lebens- oder Genussmittel erfüllen muss, damit sie es als sogenanntes Kulturgut definiert (bitte differenziert nach dem jeweiligen Lebens- oder Genussmittel)*

Zu 2.:

Da die Landesregierung nicht definiert, welche Lebens- oder Genussmittel Kulturgut sind, legt sie auch keine Kriterien dafür fest.

*3. aus welchen Gründen im Detail sie Lebens- oder Genussmittel als sogenanntes Kulturgut definiert (bitte differenziert nach dem jeweiligen Lebens- oder Genussmittel);*

Zu 3.:

Die Landesregierung definiert Lebens- und Genussmittel nicht als Kulturgut. Gleichwohl hält sie den Erhalt, die Pflege und die Zurschaustellung ursprünglicher handwerklicher und landwirtschaftlicher Produktionsmethoden für ein wesentliches Element, das gesellschaftliche Miteinander in unserem Land zu pflegen. Um diesen Bereich werblich zu stärken, wird gelegentlich der Kulturbegriff herangezogen. Damit soll der Wert bestimmter Kulturlandschaften (z. B. terrasierte Steillagen, Streuobstwiesen) und Herstellungsmethoden und die damit verbundene besondere Produktqualität, welche mit der Erzeugung der Rohstoffe dieser Lebens- oder Genussmittel verbunden ist, unterstrichen werden. Beispiele dafür sind in der Begründung des Landtagsantrags genannt. Diese atmosphärische, werbliche Verwendung des Begriffs Kulturgut ist aber nicht mit einer förmlichen Festlegung dessen, was die Landesregierung angeblich als Kulturgut definiere, gleichzusetzen.

*4. welche Lebens- oder Genussmittel nach ihrer Kenntnis in anderen Bundesländern und EU-Mitgliedsstaaten als sogenanntes Kulturgut definiert werden;*

Zu 4.:

Der Landesregierung ist nicht bekannt, dass andere Bundesländer oder EU-Mitgliedstaaten Lebens- oder Genussmittel als Kulturgut definieren. Sie kennt allerdings den Begriff des „immateriellen Kulturerbes“, welcher in der UNESCO-Konvention wie folgt definiert ist:

„Bräuche, Darstellungen, Ausdrucksformen, Wissen und Fertigkeiten sowie die dazu gehörigen Instrumente, Objekte, Artefakte und kulturellen Räume [...], die Gemeinschaften, Gruppen und gegebenenfalls Einzelpersonen als Bestandteil ihres Kulturerbes ansehen.“

Zur weiteren Identifizierung werden fünf Bereiche benannt:

- a) mündlich überlieferte Traditionen und Ausdrucksformen, einschließlich der Sprache als Träger des immateriellen Kulturerbes
- b) darstellende Künste wie Musik, Tanz und Theater
- c) gesellschaftliche Bräuche, soziale Praktiken, Rituale und Feste
- d) Wissen und Praktiken im Umgang mit der Natur und dem Universum
- e) das Fachwissen über traditionelle Handwerkstechniken

Die Landesregierung übermittelt dem Bund regelmäßig Vorschläge, welche Kulturformen, die in Baden-Württemberg praktiziert werden, für die Aufnahme in das bundesweite Verzeichnis des immateriellen Kulturerbes geeignet erscheinen. Die Auswahl erfolgt auf Grundlage von Bewerbungen, die von einer unabhängigen Jury bewertet werden. Es ist richtig, dass beispielsweise das handwerkliche Bierbrauen im bundesweiten Verzeichnis als immaterielles Kulturerbe genannt ist. Damit wird aber nicht das alkoholische Getränk als solches gewürdigt, sondern die jahrhundertealte, dank des Reinheitsgebots weltweit einzigartige traditionelle Art der deutschen Bierherstellung.

In diesem Kontext ist auch auf den EU-weiten Schutz des kollektiven, regionalen geistigen Eigentums bei Lebensmitteln, Agrarerzeugnissen, Wein und Spirituosen im Rahmen der Instrumente der EU-Qualitätspolitik (geschützte geografische Angabe, geschützte Ursprungsbezeichnungen) zu verweisen. Die Nutzung dieser Schutzinstrumente für Ursprungsbezeichnungen und geografische Angaben ist auf Erzeugnisse beschränkt, die einen immanenten Zusammenhang zwischen den Merkmalen des Erzeugnisses oder Lebensmittels und dem geografischen Ursprung auf-

weisen. D. h. deren Güte oder Eigenschaften überwiegend oder ausschließlich den geografischen Verhältnissen einschließlich der natürlichen und menschlichen Einflüsse (z. B. kulturelle Einflüsse) zurückzuführen ist.

*5. wie sie einen moderaten und einen schädlichen Alkoholkonsum definiert;*

Zu 5.:

Laut der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e. V. (DGE) kann kein Schwellenwert für die Zufuhr, ab dem schädliche Wirkungen von Alkohol mögliche positive Effekte übertreffen können, angegeben werden, da immer wieder auch mit individuell unterschiedlichen Risiken zu rechnen ist. Bei vorsichtiger Abwägung der in der Literatur beschriebenen Wirkungen verschiedener Alkoholmengen werden zurzeit als maximal tolerierbare Alkoholzufuhr 10 g/Tag für gesunde Frauen und 20 g/Tag für gesunde Männer angesehen. Das bedeutet bei Männern etwa 0,5 Liter Bier (5 % Alkoholgehalt) oder etwa 0,25 Liter Wein (10 bis 12 % Alkoholgehalt) und bei Frauen die Hälfte. Auch bei dieser Alkoholdosis sollten mindestens zwei alkoholfreie Tage pro Woche eingehalten werden. Die auf eine durchschnittliche Aufnahme bezogene Angabe g/Tag darf aber nicht als Aufforderung verstanden werden, jeden Tag Alkohol zu trinken.

Während der Schwangerschaft und Stillzeit wird Frauen dringend davon abgeraten, Alkohol zu trinken, um ihr Kind keinen Risiken, z. B. einer alkoholbedingten Fetopathie, auszusetzen.

Ein zusätzliches Risiko besteht beim Konsum größerer Alkoholmengen pro Trinkgelegenheit/Trinkepisode, beim sogenannten „Binge-Drinking“. Ein solcher Konsum führt nach neueren wissenschaftlichen Erkenntnissen unabhängig von der durchschnittlich konsumierten Gesamtmenge an Alkohol zu einem gesundheitlichen Risiko. Darunter versteht man folgenden Konsum pro Trinkgelegenheit/Trinkepisode:

- für Männer bei 5 Gläsern und mehr mit je etwa 10 Gramm Alkohol, d. h. etwa 1,25 Liter Bier oder etwa 0,6 Liter Wein und mehr
- für Frauen 4 Gläser oder mehr, d. h. etwa 1,0 Liter Bier oder 0,5 Liter Wein und mehr<sup>1</sup>

*6. inwiefern sie der Ansicht ist, dass die Bezeichnung alkoholischer Getränke wie Wein, Bier oder Obstbrände als sogenanntes Kulturgut einen schädlichen Konsum von Alkohol begünstigen kann;*

Zu 6.:

Laut Duden ist ein Kulturgut „etwas, was als kultureller Wert Bestand hat und bewahrt wird“. Alkoholische Getränke wie Wein, Bier oder Obstbrände können zwar durchaus als kulturelle Güter honoriert werden (Schutz von speziellen Rebsorten, Streuobstwiesen etc.), allerdings hat der Konsum von Alkohol weitreichende negative Auswirkungen auf die Gesellschaft und die Gesundheit der Menschen. Der allgemeine Alkoholkonsum, nicht nur der süchtige Konsum, erzeugt eine Krankheitslast für die Gesellschaft in Form von akuten sowie chronischen Erkrankungen. Bei den über 200 Alkohol assoziierten Krankheiten ist insbesondere das hohe Krebsrisiko zu erwähnen. Alkoholsucht führt zu früher Sterblichkeit.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Deutsche Hauptstelle für Suchtfragen (<https://www.dhs.de/suechte/alkohol/zahlen-daten-fakten> oder auch Alkoholatlas 2022, Seite 28

<sup>2</sup> Alkoholatlas 2022, [https://www.dkfz.de/de/tabakkontrolle/download/Publikationen/sonstVeroeffentlichungen/Alkoholatlas-Deutschland-2022\\_dp.pdf](https://www.dkfz.de/de/tabakkontrolle/download/Publikationen/sonstVeroeffentlichungen/Alkoholatlas-Deutschland-2022_dp.pdf)

Auch die Branche alkoholischer Getränke hat erkannt, dass ein übermäßiger Alkoholkonsum negative Auswirkungen auf die Gesundheit der Menschen hat und nimmt sich daher seit einigen Jahren den Themen maßvoller Alkoholkonsum und Suchtprävention durch verschiedene Initiativen an (z. B. „don't drink and drive“, „Wine in Moderation“). Die Alkoholwerbung ist daher davon abgerückt, die Substanz direkt zu bewerben und setzt u. a. auf Imagewerbung. Werbung hat immer zum Ziel, den Absatz eines Produktes zu sichern. Gerade bei einer kulturell verankerten Droge wie dem Alkohol existiert eine Tendenz der Gesellschaft, den Konsum zu verharmlosen und die Verantwortung für alkoholbezogene Probleme inklusive der Entstehung einer Abhängigkeitserkrankung auf die Betroffenen zu projizieren.

Daher zielen internationale Empfehlungen u. a. der WHO und der OECD auf die Beschränkung von Alkoholwerbung zur Verringerung des schädlichen Alkoholkonsums in der Gesellschaft.

*7. wie sie die aktuelle Debatte um die Regulierung von alkoholischen Getränken seit Drucksache 17/1935 im Detail bewertet, insbesondere mit Blick auf die Auswirkungen auf die Wein-, Bier- und Spirituosenwirtschaft in Baden-Württemberg;*

Zu 7.:

Die EU-Kommission wird möglicherweise 2023 im Rahmen des EU-Krebsbekämpfungsplans Gesundheitshinweise für die Etikettierung alkoholischer Getränke vorschlagen. Der weitere Fortgang eines Gesetzgebungsverfahrens bleibt abzuwarten. Das EU-Parlament unterstützt die Bereitstellung vermehrter Informationen für Verbraucher hinsichtlich eines mäßigen und verantwortungsvollen Alkoholkonsums durch die Kennzeichnung alkoholischer Getränke. Dies ergibt sich auch aus dem verabschiedeten Krebsbekämpfungsplan vom 16. Februar 2022, der wohl 2023/2024 aktualisiert werden soll. Aus gesundheitsfördernder und suchtfachlicher Sicht wird dies begrüßt.

Innerhalb der Weinbranche (Comité Vins, Deutscher Weinbauverband) wird derzeit diskutiert, inwiefern wissenschaftlich fundierte Botschaften (z. B. über den verantwortungsvollen Umgang mit Alkohol) und ggf. sprachfreie Botschaften (Piktogramme) und elektronische Etiketten sinnvoll sind. Eine intensiviertere Unterstützung des Programms „Wine in Moderation“ durch die gesamte Weinbranche wird als sinnvoller erachtet als gesetzlich vorgeschriebene Warnhinweise.

So warnt zum Beispiel die Spirituosenbranche vor weitergehender Regulierung. Die Selbstverpflichtung der Branche im Rahmen eines bereits im Jahre 2019 unterzeichneten Memorandum of Understanding (MoU) mit der EU-Kommission, wonach bis Ende 2022 auf 66 % der Produkte auf dem europäischen Markt eine Kalorienangabe auf dem Etikett sowie eine Zutatenliste auf einem Online-Etikett anzugeben sind, bietet aus Sicht der Branche einen ausreichenden Ausgleich gegenüber weitergehender Regulierung. Ein digitales Etikett in diesem Bereich ermöglicht es gerade KMU, wettbewerbsfähig zu bleiben. Es ist übersichtlicher, gut lesbar und kann neben der Landessprache des Verbrauchers auch in anderen Sprachen abgerufen werden. Bei Rezepturänderungen kann es schnell und einfach angepasst werden und ist unter Nachhaltigkeitsaspekten im Hinblick auf Papier- und Energieverbrauch deutlich vorteilhafter.

Eine Einführung weiterreichender Kennzeichnungsvorgaben auf europäischer Ebene würde aus wirtschaftspolitischer Sicht deutsche KMU in besonderem Maße treffen, da diese in der Regel weder über die finanziellen noch personellen Ressourcen verfügen, um wiederholt neue Kennzeichnungsanforderungen umzusetzen. Regionale und traditionelle Betriebe hätten dadurch einen erschwerten Zugang zum Handel. Als Konsequenz wäre eine wesentliche Einschränkung des Wettbewerbs zu erwarten. Insbesondere aber würden Grundpfeiler der deutschen Brennkunst – Tradition, Handwerk und Regionalität – verdrängt werden.

Im Hinblick auf die Belastungen der Gastronomie durch die Nachwirkungen der Coronapandemie sowie aktuell durch die hohe Inflation und die damit verbundene Konsumzurückhaltung vieler Verbraucher sollten Maßnahmen zur Einschränkung des Alkoholkonsums – wie Werbebeschränkungen, Steuererhöhungen und/oder die Einführung von Mindestpreisen für Alkoholika sowie Einschränkungen der zeitlichen Verfügbarkeit von Alkohol – mit Augenmaß diskutiert werden.

Aus Sicht der Landesregierung ist nach wie vor insbesondere die Aufklärung der Verbraucher im Hinblick auf maßvollen und verantwortungsbewussten Konsum und über die Gefahren von Alkoholmissbrauch sowie entsprechende Vorsorge-maßnahmen wichtig.

Neben vielen Biermischgetränken ist inzwischen auch eine große Auswahl an alkoholfreien Varianten auf den Markt gebracht worden. Gerade das Segment der alkoholfreien Biere, deren Qualität seit Jahren steigt, ist seit Jahren am Wachsen. Darüber hinaus lassen u. a. sowohl die hohe Nachfrage nach einer Ausbildung in den Berufen der Brauwirtschaft als auch die wachsende Anzahl neuer Bier-Sommeliers erkennen, dass ein großes Interesse an der Herstellung von Bier und daran besteht, sich mit dem facettenreichen Produkt Bier intensiv auseinanderzusetzen.

Weitere konkrete Informationen im Nachgang zu Drucksache 17/1935 zu eventuell möglichen Verbrauchsteuererhöhungen für alkoholische Getränke, zur Einführung von Mindestpreisen für alkoholische Getränke, zu weiteren Verfügbarkeits- oder Kommunikationsbeschränkungen (z. B. Werbeverbote) liegen nicht vor.

*8. wie sie die Entscheidung der EU, die Zuständigkeiten im Bereich der Alkoholpolitik bei den Mitgliedsstaaten zu belassen und keine allgemeine EU-Regelung festzusetzen, im Detail bewertet, insbesondere mit Blick auf die Auswirkungen auf die Wein-, Bier- und Spirituosenwirtschaft in Baden-Württemberg;*

Zu 8.:

Die Alkoholpolitik sollte primär dem Ziel dienen, die Verbraucherinnen und Verbraucher und die Risikogruppen über den verantwortungsvollen, wie über den missbräuchlichen Konsum aufzuklären. Denn nur mit präventiver Aufklärung wird den Verbraucherinnen und Verbrauchern die Möglichkeit gegeben, eigenverantwortliche und bedachte Kaufentscheidungen zu treffen. Auch die EU setzt auf die mündigen Verbraucherinnen und Verbraucher und betont dieses Leitbild regelmäßig.

Allerdings definieren kulturelle und regionale Gegebenheiten die Verbraucherinnen und Verbraucher in wesentlichem Maße. Der Alkoholkonsum in mediterranen Ländern unterscheidet sich wesentlich zum Beispiel von Konsummustern in Osteuropa oder den skandinavischen Ländern. Eine Gleichbehandlung dieser unterschiedlichen Kulturen wäre unverhältnismäßig und nicht im Sinne einer zielgerichteten Alkoholprävention. Daher muss die Politik entsprechend flexibel bleiben, um im Mitgliedsstaat – bzw. im jeweiligen Land – bestmöglich spezifische Präventionsmaßnahmen gestalten zu können.

Die Zuständigkeitsverteilung zwischen EU und Mitgliedsstaaten wurde bewusst so ausgestaltet, dass sowohl die Verantwortung der Mitgliedsstaaten für die Festlegung ihrer Gesundheitspolitik sowie für die Organisation des Gesundheitswesens und die medizinische Versorgung gewahrt wird, als auch dass die EU im Hinblick auf alkoholische Getränke nur zu ergänzenden Maßnahmen, die unmittelbar den Schutz der Gesundheit der Bevölkerung vor Alkoholmissbrauch zum Ziel haben, ermächtigt wird und zwar ausdrücklich unter Ausschluss jeglicher Harmonisierung der Rechtsvorschriften der Mitgliedsstaaten. Diese Zuständigkeitsverteilung ist ausdrücklich zu begrüßen.

*9. welche Konsequenzen sie aus der Entscheidung der EU für die eigene Alkoholpolitik in Baden-Württemberg zieht;*

Zu 9.:

Die Landesregierung begrüßt die Wahrung der nationalen Zuständigkeiten und nimmt diese wie in der Vergangenheit auch weiter in verantwortungsvoller Weise wahr. So ist das Gesundheitsziel der EU, alkoholbedingte Schäden zu reduzieren, bereits seit 2011 in die Gesundheitsstrategie des Landes „Gesundheit in allen Lebensbereichen“ integriert. Die Gesundheitsstrategie des Landes setzt dabei insbesondere auf Maßnahmen der Prävention und Gesundheitsförderung, die in allen Lebensphasen, Lebenssituationen und Lebenswelten wirksam werden sollen. Teilziele umfassen hier die Vermeidung und/oder Hinauszögerung des Einstiegs in den Konsum, die Früherkennung und Frühintervention bei riskantem Konsumverhalten und die Verringerung von Suchtmittelmissbrauch und Sucht.

Strategien zur Wahrung eines Kultur- und Traditionsgutes wie Bier und Wein sowie zur Bekämpfung von Alkoholmissbrauch und der Schutz insbesondere vulnerabler Gruppen vor Schäden durch Alkoholkonsum müssen austariert werden. Auch die Präventionsaktivitäten der Branchenverbände und Unternehmen werden von der Landesregierung daher begrüßt und im Rahmen der gegebenen Möglichkeiten unterstützt. Auch wenn ein Großteil der Menschen in Baden-Württemberg bzw. Deutschland mit Alkohol verantwortungsvoll umgeht, darf der Konsum von Alkohol nicht verharmlost werden.

Das moderne Gesundheitsverständnis umfasst nahezu alle Alltags- und Verhaltenskontexte, wie zum Beispiel Ernährungs-, Freizeitgewohnheiten oder auch die Work-Life-Balance. Eine Verbesserung der Gesundheit von Bürgerinnen und Bürger gestaltet gesundheitsförderliche Lebenswelten und schafft Bedingungen für ein gesundes Aufwachsen und Leben. Über alle Lebensphasen hinweg gilt es, geeignete Strukturen und Maßnahmen aufzusetzen.

*10. inwiefern sie es vor dem Hintergrund der aktuellen Debatte um die Regulierung von alkoholischen Getränken für vertretbar hält, verschiedene alkoholische Getränke als sogenannte Kulturgüter zu bewerben;*

Zu 10.:

Wie bereits unter Ziff. 1 beschrieben, bestimmt die Gesellschaft selbst, was als Kultur empfunden und wahrgenommen wird. So haben Lebens- und Genussmittel für zumindest Teile der Gesellschaft auch eine kulturelle Dimension. Hier werden Lebensmittel und Alkohol als Genuss wahrgenommen. Hochwertige Produkte zu kaufen und gemeinsam zu essen und zu trinken, wird mit Lebensqualität gleichgesetzt. In diesem Rahmen werden bestimmte Dinge aufgewertet und mit dem Erhalt einer bestimmten Kultur(-landschaft) besetzt, zum Beispiel bestimmte handwerklich hergestellte Weine oder in kleinen Mengen gebraute Biere, die dazu dienen, einem bestimmten Lebensstil Ausdruck zu verleihen. Alkohol wird hier gezielt eingesetzt, nicht als Droge, sondern als Genussmittel.

Aus wirtschaftspolitischer Sicht ist die mit der Regelung der Zuständigkeiten verbundene Möglichkeit, insbesondere die in diesen Branchen tätigen KMU, die sich verantwortungsvoll um die Wahrung des Kulturguts bemühen, besser zu unterstützen und für sie bessere Rahmenbedingungen zu schaffen, ausdrücklich zu begrüßen.

Die deutsche Brennkunst ist Ausdruck langjähriger Tradition, eines besonderen Handwerks und auch der Einzigartigkeit der einzelnen Regionen. Beispielsweise stehen 36 deutsche Spirituosen unter dem europäischen Schutz einer geografischen Herkunftsangabe – darunter auch zahlreiche Spirituosen, die in Baden-Württemberg traditionell hergestellt werden. Die Anerkennung als geografische Herkunftsangabe ist ein Qualitätssiegel, welches gewährleistet, dass die Spirituosen mit regionalen Produkten, traditioneller Handwerkskunst und vor allem in einer spezifischen Region hergestellt werden. Sie sind daher auch Aushängeschild



und wirtschaftlicher Träger für ganze Regionen. Tradition, Handwerk und Regionalität stehen damit auch für Nachhaltigkeit – und zwar im ökologischen, aber auch im sozialen Sinne.

Vor diesem Hintergrund und in diesem Kontext sollten diese Werte auch weiterhin beworben werden dürfen. Entsprechend umfasst das Absatzförderungsprogramm der Europäischen Kommission u. a. auch alkoholische Getränke. Denn Ziel dieser atmosphärischen, werblichen Verwendung des Begriffs Kulturgut ist, die jeweiligen Regionen wirtschaftlich zu stärken und gerade die Träger von Tradition, Handwerk und Regionalität zu unterstützen. Im Kontext der Umsetzung des europäischen Green Deals bzw. der Farm to Fork-Strategie wird aber derzeit auf Unionsebene diskutiert, ob zukünftig mit öffentlichen Mitteln eine Absatzförderung für alkoholische Getränke noch unterstützt werden sollte.

Auch Bierbrauen und der Weinbau zählen in Baden-Württemberg zum traditionellen Handwerk. Bier hat in unserem Land eine lange Tradition und ist nicht nur ein nationales Kulturgut. Der Wein hat in Baden-Württemberg die Landschaft, Literatur und Kulinarik sowie das Leben der Bevölkerung in den Weinbaugebieten über viele Jahrhunderte geprägt. Die Einbeziehung des Weines in religiöse Liturgien ist überdies ein Ausdruck der engen Verflechtung von Geschichte und Kultur mit dem Weinbau.

Im Übrigen wird auf die Antworten in Drs. 17/1935 verwiesen, die fortgelten.

*11. inwiefern sie den Vorschlag unterstützt, Streuobst nicht nur zu Saft zu verarbeiten, sondern zu verfeinern, etwa als Obstwein oder Sekt (siehe hierzu Schwäbische Zeitung Ravensburg, 23. Januar 2021 „Zankapfel Streuobst“);*

Zu 11.:

Die Veredelung von Streuobst, sei es in Form von Getränken oder anderen weiterverarbeiteten Produkten, wird seitens der Landesregierung begrüßt. Entsprechend dem Motto „Schützen durch nützen“ setzt sich das Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz seit vielen Jahren mit diversen Fördermöglichkeiten für das Brennereiwesen ein. Ziel ist es, wertschöpfende und wirtschaftliche Verwertungsmöglichkeiten für die Kulturlandschaft Streuobstwiese zu schaffen und dadurch den Lebensraum zahlreicher heimischer Tier- und Pflanzenarten zu erhalten und zu pflegen. Gefördert werden können sowohl technische Investitionen als auch Investitionen z. B. in Verkaufsräume. Neben der Investitionsförderung können auch Marketing- und Entwicklungsprojekte gefördert werden. In Verbindung mit alkoholischen Getränken ist dies jedoch nur möglich, sofern der mit der Erzeugung der Rohstoffe verbundene Beitrag für die Nachhaltigkeit und die damit verbundene besondere Produktqualität im Vordergrund der Maßnahmen steht (z. B. in Abhängigkeit der Obstsorten oder der damit erhaltenen Kulturlandschaft).

Darüber hinaus gibt es Verarbeitungsverfahren, die weder zu Saft noch zu alkoholhaltigen Getränken führen. Dieses Segment der alkoholfreien Obstweine und Schaumweine ist am Wachsen und wurde in der Vergangenheit in Einzelfällen unterstützt.

*12. welche Bedeutung sie der Wein-, Bier- und Spirituosenwirtschaft für die Wirtschaftsförderung im ländlichen Raum beimisst;*

Zu 12.:

Fast 30 Prozent aller Reben Deutschlands stehen in Baden-Württemberg. Im Jahr 2020 umfasste der Produktionswert der Erzeugnisse aus Weinmost und Wein in Baden-Württemberg 251 Mio. Euro und damit 9,7 % des Produktionswertes der gesamten pflanzlichen Erzeugung in Baden-Württemberg (Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg). Hinzu kommen Erlöse aus der Weinvermarktung und aus verschiedenen Dienstleistungsbereichen wie zum Beispiel dem Weintourismus.

Viele der ca. 20 000 Weinbaubetriebe in Baden-Württemberg sind im ländlichen Raum ansässig. Mit dem Weinverkauf in Verbindung mit einer Vielzahl von Veranstaltungen machen sie den ländlichen Raum für Touristen erlebbar und unterstützen und stärken die Wirtschaftskraft. Die Weinwirtschaft in Baden und Württemberg ist nach wie vor durch ein starkes Genossenschaftswesen geprägt. Etwa 75 % der Weinmenge werden über Genossenschaften vermarktet. Sie sind neben den Weingütern und Kellereien, die ca. 15 % bzw. 10 % der Weinmenge vermarkten, ein wichtiger Arbeitgeber im ländlichen Raum. So gilt der Weinbau damit als ein bedeutender Wirtschaftsfaktor auch im ländlichen Raum.

Wirtschaftsförderung erfolgt in diesem Sektor auf vielfältige Weise. Der Weinbau Baden-Württembergs prägt einzigartige Kulturlandschaften. Dies macht Wein zu einem zentralen Genussbotschafter für das Genießer- und Tourismusland Baden-Württemberg, denn unsere Weine stehen für Nachhaltigkeit, regionale Typizität und hohe Qualität. Für den regionalen Genuss stehen insbesondere die „Schmecken des Südens“-Gastronomen, die für ihre Gerichte ausschließlich regionale Produkte verwenden. Ergänzt wird diese kulinarische Vielfalt durch die baden-württembergische Weinerlebniskultur. Auf Weinwander- und Weinradwegen können Gäste die Weinkultur Baden-Württembergs kennenlernen und in einem der vielen Weinsüden Hotels übernachten. Baden-Württemberg verfügt ebenso über eine hohe Dichte an Brauereien, Biergärten und Erlebnisbrauereien, die lokal gebraute Bierspezialitäten anbieten.

Eine Förderung u. a. von Projekten, die der Vermarktung insbesondere regionaler Produkte dienen, ist durch das EU-Regionalentwicklungsprogramm LEADER möglich. So ist grundsätzlich hierbei die Förderung von Vorhaben möglich, die der Vermarktung alkoholischer und nicht-alkoholischer Getränke dienen. In der Vergangenheit wurden beispielsweise Kleinbrennereien, eine Bierbrauerei, Biergärten sowie Weinbauprojekte (Möblierung von Weinwegen, Aussichtsplattform am Weinberg, Weinverkaufsautomaten u. ä.) sowie die Errichtung von Lebensmittelautomaten gefördert.

LEADER ist ein Förderinstrument zur Stärkung und Weiterentwicklung des ländlichen Raums. Eine Besonderheit von LEADER ist, dass die Entscheidung über die Vergabe der verfügbaren Fördermittel von der jeweiligen Aktionsgruppe getroffen wird, die sich aus engagierten Bürgerinnen und Bürgern sowie verschiedenen Wirtschafts- und Sozialpartnern und kommunalen Vertretungen aus der Region zusammensetzt (sog. Bottom-Up-Ansatz). Dadurch und weil die Förderinhalte in LEADER sehr breit sind, kann eine Förderung passgenau entlang der Erfordernisse vor Ort erfolgen. So können wir stärken, was die Wirtschaft in ländlichen Räumen stärkt.

*13. inwieweit sie einen Zielkonflikt zwischen der Gesundheitspolitik und Alkoholprävention und der Vermarktung alkoholischer Getränke als Kulturgut sieht;*

Zu 13.:

Die Landesregierung sieht hier einen lösbaren Zielkonflikt. Ein konstruktiver und förderlicher Umgang mit diesem Zielkonflikt kann gelingen, wenn dieser anerkannt und offengelegt wird.

Beim Traditions- und Kulturgut steht stets der verantwortungsvolle Umgang mit Alkohol im Rahmen einer Genussskultur, die Wertschätzung für Handwerk und Tradition und die Anerkennung des unternehmerischen Einsatzes insbesondere der vielen KMU in diesen Branchen im Vordergrund. Landesregierung wie Branchenvertreter, Hersteller und Importeure alkoholischer Getränke und ihre Verbände, setzen sich gemeinsam deutschland- und EU-weit für den Schutz vor den mit missbräuchlichem Umgang verbundenen Gefahren des Alkohols ein. Eigenverantwortung und Risikokompetenz sind die zentralen Aspekte für einen verantwortungsvollen Umgang mit alkoholischen Getränken.

Aus gesundheitsfachlicher bzw. suchtfachlicher Sicht ist es als kritisch zu bewerten, Alkohol als Kulturgut zu deklarieren. Allerdings kann Alkoholmissbrauch auch stattfinden, ohne dass bestimmte alkoholische Getränke als Kulturgut angesehen werden. Darüber hinaus bietet der kulturell eingebundene Verzehr von Alkoholika die Möglichkeit den verantwortungsvollen Umgang zu festigen und so einem Missbrauch vorzubeugen. Zielgerichtete Maßnahmen zur Alkoholprävention, etwa im Bereich des Jugendschutzes, sind unabhängig von der Einstufung als Kulturgut möglich. Ziel ist eine an den Ursachen des Alkoholmissbrauchs orientierte Politik, die sich auch auf einen offenen Dialog aller relevanten gesellschaftlichen Gruppen stützt. Mit einem „Kulturgut“ als Ausdruck von Tradition, Handwerk und Regionalität verbindet der Verbraucher in der Regel Qualität und Genuss, was wiederum eher maßvollen Konsum beinhalten sollte.

Alle Branchen stellen umfassende Verbraucherinformationen im Internet zur Verfügung. Die Branche verweist auf zahlreiche von ihr unterstützte und initiierte Präventionsmaßnahmen, mit denen über den vernünftigen Alkoholkonsum bzw. über die schädlichen Auswirkungen des Alkoholmissbrauchs informiert werden. Der Arbeitskreis des Bundesverbandes der deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure e. V. (BSI) beispielsweise setzt sich zum Ziel, eine verantwortungsvolle Produktkommunikation im Rahmen der bestehenden Selbstregulierungsmechanismen – insbesondere zur Werbung – sowie durch zusätzliche Selbstregulierungen des BSI (u. a. gegen „Flatrate“-Trinken) zu fördern. Auch die Brauwirtschaft tritt mit ihren Aktivitäten für einen verantwortungsbewussten und maßvollen Genuss alkoholischer Getränke ein. Zudem weisen die Brauereien in Baden-Württemberg auch ein bereits großes und stetig wachsendes Sortiment an alkoholfreien Produkten auf. Auch das Absatzförderungsprogramm der Europäischen Kommission umfasst alkoholische Getränke. Ziel der Bewerbung von Kulturgütern ist es u. a., die Region wirtschaftlich zu stärken und gerade die Träger von Tradition, Handwerk und Regionalität zu unterstützen. Nach Angaben des DEHOGA Baden-Württemberg sind bei der Bezeichnung von alkoholischen Getränken als Kulturgut vor allem der Herstellungsprozess wie das Bierbrauen oder die Bedeutung der Rebflächen als Teil der Kulturlandschaft in den Weinanbaugebieten von Belang; im Vordergrund stehe dabei nicht der Alkoholkonsum. Der Weintourismus ist in den Weinanbaugebieten des Landes ein wichtiger Faktor für das Gastgewerbe.

Im Übrigen wird auf Drs. 17/1935 verwiesen.

*14. welche Auswirkungen sie auf die Wein-, Bier- und Spirituosenwirtschaft insbesondere im ländlichen Raum, die weinbaulichen Schulen und Hochschulen, die Schulen und Hochschulen des Brauwesens sowie die Ausbildung im Brennereiwesen in Baden-Württemberg sieht, wenn die Regulierungsschraube bei alkoholischen Getränken weitergedreht wird;*

Zu 14.:

Im Unterricht der weinbaulichen Schulen oder in der Ausbildung im Brennereiwesen in Baden-Württemberg werden die aktuellen Entwicklungen aufgenommen. Gleiches gilt für den dualen Studiengang Wein-Technologie-Management B.Sc. In der Regel lassen die Lehr- bzw. Studienpläne diesen Spielraum. Bei Lehrplanüberarbeitungen der Fachschulen für Landwirtschaft wird überprüft, ob neue oder geänderte fachliche oder gesellschaftliche Anforderungen und Entwicklungen mit aufgenommen werden müssen. Die Berufsausbildungsverordnungen im Agrarbereich, so auch im Brennereiwesen, werden auf Bundesebene erlassen. Die an der Vorbereitung zur Berufsabschlussprüfung oder zur Meisterprüfung Beteiligten, wie z. B. die Staatliche Lehr- und Versuchsanstalt für Wein- und Obstbau in Weinsberg, bringen die aktuellen Erkenntnisse aus Wissenschaft und Praxis ein.

*15. welche Bedeutung alkoholische Getränke im Rahmen der Regionalkampagne „Von Daheim“ spielen.*

Zu 15.:

Um die Vorzüge der heimischen Produktion und den damit verbundenen Mehrwert noch stärker zu kommunizieren, wurde im August 2017 die Regionalkampagne „Natürlich. VON DAHEIM“, mit dem Biozeichen Baden-Württemberg (BioZBW), dem Qualitätszeichen Baden-Württemberg (QZBW) sowie den EU-Herkunftsangaben (geschützte Ursprungsbezeichnung, geschützte geografische Angaben) als zentrale Elemente der Kampagne gestartet. Ziel der Kampagne ist es, das unverwechselbare Profil regionaler Lebensmittel bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern zu schärfen. Dabei soll die Gesamtheit und die Vielfalt der baden-württembergischen Agrarprodukte erlebbar gemacht werden. Es wird nicht darauf abgezielt, einzelne Produktgruppen gegenüber anderen besonders hervorzuheben.

Hauk

Minister für Ernährung, Ländlichen Raum  
und Verbraucherschutz