

## **Antrag**

**des Abg. Georg Heitlinger u. a. FDP/DVP**

**und**

## **Stellungnahme**

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

### **Qualitätsprogramme und Regionalkampagne „Natürlich. VON DAHEIM“**

Antrag

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

1. welche Ziele sie mit der Regionalkampagne „Natürlich. VON DAHEIM“ verfolgt;
2. welche Ziele sie mit den Qualitätsprogrammen (Qualitätszeichen bzw. Biozeichen Baden-Württemberg) verfolgt;
3. vor welchem Hintergrund sie die Regionalkampagne „Natürlich. VON DAHEIM“ ins Leben gerufen hat;
4. welche Kriterien Akteure entlang der Wertschöpfungskette der Land- und Ernährungswirtschaft erfüllen müssen, um das Logo „Natürlich. VON DAHEIM“ für eigene Werbezwecke zu nutzen;
5. inwiefern die unter Ziffer 4 aufgeführten Kriterien von unabhängigen Stellen kontrolliert werden (bitte auch mit Darstellung der die Kontrolle durchführenden Stelle sowie dem zeitlichen und inhaltlichen Umfang der Kontrollen);
6. wie sich die unter Ziffer 4 aufgeführten Kriterien von den Kriterien unterscheiden, die Akteure entlang der Wertschöpfungskette der Land- und Ernährungswirtschaft erfüllen müssen, die an einem der Qualitätsprogramme des Landes (Qualitätszeichen bzw. Biozeichen Baden-Württemberg) teilnehmen oder das EU-Siegel für geschützte geografische Angaben und Ursprungsbezeichnungen aus Baden-Württemberg nutzen (bitte differenziert nach den einzelnen Zeichen und Siegeln);

7. wie viele Akteure entlang der Wertschöpfungskette der Land- und Ernährungswirtschaft das Qualitätszeichen Baden-Württemberg, das Biozeichen Baden-Württemberg, das EU-Siegel für geschützte geografische Angaben und Ursprungsbezeichnungen sowie das Logo „Natürlich. VON DAHEIM“ nutzen;
8. wie sich die Zahl dieser Nutzer in den vergangenen fünf Jahren entwickelt hat (bitte differenziert nach den einzelnen Zeichen, Siegeln und Logos);
9. welche Kriterien Akteure entlang der Wertschöpfungskette der Land- und Ernährungswirtschaft erfüllen müssen, um als Anbieter in der App „Von Daheim BW“ geführt zu werden;
10. aus welchen Gründen die Regionalkampagne „Natürlich. VON DAHEIM“ beim Ministerium für Ländlichen Raum, Ernährung und Verbraucherschutz angesiedelt ist;
11. inwiefern die Aktivitäten im Rahmen der Regionalkampagne „Natürlich. VON DAHEIM“ bisher zur Absatzförderung von regionalen Lebensmitteln in Baden-Württemberg beigetragen haben;
12. inwiefern es ihrer Ansicht nach Kannibalisierungseffekte zwischen der Regionalkampagne „Natürlich. VON DAHEIM“ und den Qualitätsprogrammen geben kann.

26.1.2023

Heitlinger, Hoher, Haußmann, Weinmann, Birnstock,  
Bonath, Brauer, Fischer, Dr. Jung, Karrais, Reith,  
Scheerer, Dr. Schweickert, Trauschel FDP/DVP

#### Begründung

Der Antrag soll in Erfahrung bringen, welche Ziele die Landesregierung mit den Qualitätsprogrammen und der Regionalkampagne „Natürlich. VON DAHEIM“ verfolgt und inwiefern diese zur Absatzförderung und Qualitätssicherung regionaler Lebensmittel beitragen können.

#### Stellungnahme

Mit Schreiben vom 20. Februar 2023 Nr. MLRZ-0141-1/32/1 nimmt das Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz zu dem Antrag wie folgt Stellung:

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

1. welche Ziele sie mit der Regionalkampagne „Natürlich. VON DAHEIM“ verfolgt;

*3. vor welchem Hintergrund sie die Regionalkampagne „Natürlich. VON DAHEIM“ ins Leben gerufen hat;*

Zu 1. und 3.:

Grund für die Einführung der Kampagne im Jahr 2017 war die Verankerung der Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der baden-württembergischen Landwirtschaft und regionaler Wertschöpfungsketten im Koalitionsvertrag der regierungstragenden Parteien in der Legislaturperiode 2016 bis 2021. Die Fortführung der Kampagne in der laufenden Legislaturperiode ergibt sich aus dem aktuellen Koalitionsvertrag, in dem die Weiterentwicklung der baden-württembergischen Qualitätspolitik für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel einschließlich der dazu erforderlichen Maßnahmen verankert ist.

Die Regionalkampagne „Natürlich. VON DAHEIM“ hat zum Ziel, den Verbraucherinnen und Verbrauchern zu vermitteln, welche Leistungen und Vielfalt an Produkten die heimische Land- und Ernährungswirtschaft, wie z. B. das Ernährungshandwerk und die vielen kleinen und mittelständischen Betriebe der baden-württembergischen Ernährungswirtschaft, erbringen und damit auch einen wichtigen Beitrag zum Erhalt unserer Kulturlandschaft leisten. Im Mittelpunkt stehen regionale Wertschöpfungsketten, die nachvollziehbar und transparent die dazu erforderliche Produkt- und Prozessqualität erbringen können. Die Kampagne ist daher so angelegt, dass der Schwerpunkt auf den beiden Qualitätsprogrammen des Landes, dem Qualitätszeichen Baden-Württemberg (QZBW) und dem Biozeichen Baden-Württemberg (BIOZBW) sowie den EU-Qualitätsregelungen (Agrarschutzprodukte aus Baden-Württemberg) liegt.

Durch die Coronapandemie bzw. die damit verbundenen Lockdowns und deren vielfältigen Auswirkungen erfolgte eine entsprechend befristete Änderung dieses Ansatzes. Ziel dieser Änderung war es einerseits, den baden-württembergischen Verbraucherinnen und Verbrauchern die Möglichkeit zu geben, sich breit über regionale Absatzmittler, wie z. B. Direktvermarkter, zu informieren. Andererseits sollte insbesondere damit anschaulich vermittelt werden, dass eine leistungsfähige und vielfältige regionale Land- und Ernährungswirtschaft in Krisenzeiten die beste Voraussetzung ist, um eine ausreichende Versorgung mit Lebensmitteln sicherzustellen.

Die Kampagne wurde daher entsprechend mit dem Slogan „Wir versorgen unser Land“ angepasst.

Die MBW Marketinggesellschaft mbH ist vom Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz mit der entsprechenden Umsetzung betraut.

Darüber hinaus soll die Kampagne „Natürlich. VON DAHEIM“ der heimischen Land- und Ernährungswirtschaft und ihren Absatzmittlern ein Gesicht geben. Mit der erfolgten Weiterentwicklung der Qualitätsprogramme des Landes rücken aktuelle Themen wie Klimaschutz, Tierwohl und Artenvielfalt in den Fokus und geben damit auch der Regionalkampagne einen entsprechend profilierten Schwerpunkt.

*2. welche Ziele sie mit den Qualitätsprogrammen (Qualitätszeichen bzw. Biozeichen Baden-Württemberg) verfolgt;*

Zu 2.:

Entsprechend § 20 Abs. 3 des Landwirtschafts- und Landeskulturgesetzes des Landes dienen die Qualitätszeichen des Landes (QZBW und BIOZBW) dem Aufbau von Selbsthilfemaßnahmen, der gemeinschaftlichen Werbung sowie der Förderung der Erschließung und Pflege von Märkten für land- und ernährungswirtschaftliche Erzeugnisse, der Verbesserung des Absatzes landwirtschaftlicher Erzeugnisse und der Verbraucheraufklärung.

Beide Programme wurden 2023 für weitere fünf Jahre von der EU beihilfe-rechtlich und somit auch der Weiterentwicklung notifiziert und können vor dem Hintergrund des europäischen Grünen Deals einen Beitrag zur Umsetzung der Ziele der EU-Strategie „Vom Hof auf den Tisch“ durch die baden-württembergische Land- und Ernährungswirtschaft leisten.

Ziel ist es daher, die Akteure entlang der Wertschöpfungsketten zu unterstützen, die durch eine entsprechende Prozessqualität einen Beitrag für mehr Tierwohl, Biodiversität und Umweltschutz leisten und diese Prozessqualität auch zum Bestandteil der jeweiligen Marketingkonzepte machen.

*4. welche Kriterien Akteure entlang der Wertschöpfungskette der Land- und Ernährungswirtschaft erfüllen müssen, um das Logo „Natürlich. VON DAHEIM“ für eigene Werbezwecke zu nutzen;*

Zu 4.:

Bei „Natürlich. VON DAHEIM“ handelt es sich um eine Marketingkampagne, nicht um ein Qualitätssiegel. Für die Akteure der verschiedenen Wertschöpfungsketten der baden-württembergischen Land- und Ernährungswirtschaft stehen folgende Varianten von „Natürlich. VON DAHEIM“ zur Verfügung:

- a) Kampagnenlogo mit allen drei Qualitätsprogrammen (QZBW, BIOZBW und Geoschutz-Siegel)
- b) Kampagnenlogo mit dem Qualitätszeichen Baden-Württemberg (QZBW)
- c) Kampagnenlogo mit dem Biozeichen Baden-Württemberg (BIOZBW)
- d) Kampagnenlogo mit den EU-Agrargeoschutz-Siegeln
- e) Kampagnenlogo mit dem QZBW und dem BIOZBW
- f) Kampagnenlogo ohne Hinweis auf eines der o. g. Qualitätsprogramme

Es ist zu unterscheiden zwischen Teilnehmern der Kampagne und Nutzern der Qualitätsprogramme.

Die Nutzung der Logos in den Varianten a) bis e) ist gekoppelt an die Nutzung der jeweiligen Qualitätsprogramme (siehe auch Ziffer 6). Zeichenträger für die Qualitätsprogramme ist das Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz, welches auf Antrag das nicht übertragbare, aber widerrufbare Nutzungsrecht am Kampagnenlogo erteilt. Die detaillierten allgemeinen Geschäftsbedingungen zur Logonutzung sind einsehbar unter: <https://vondaheim.de/Lde/Startseite/Kampagne/Information+fuer+Zeichennutzer>

Die Nutzung der Variante f) soll der heimischen Land- und Ernährungswirtschaft die Möglichkeit geben, unabhängig von Qualitätsprogrammen an der Kampagne teilzunehmen. Sie geben regionalen Produkten ein Gesicht und sorgen damit für eine Identifikation zwischen der regionalen Land- und Ernährungswirtschaft, Produkten und Verbrauchern.

*5. inwiefern die unter Ziffer 4 aufgeführten Kriterien von unabhängigen Stellen kontrolliert werden (bitte auch mit Darstellung der die Kontrolle durchführenden Stelle sowie dem zeitlichen und inhaltlichen Umfang der Kontrollen);*

Zu 5.:

Bei den Erzeugern und den Zeichennutzern der Qualitätsprogramme des Landes, die das Logo entsprechend verwenden, entspricht die Kontrolle zeitlich und inhaltlich den einschlägigen Bestimmungen der Qualitätsprogramme an die Kontrolle in den jeweiligen Produktbereichen. Bei Nutzern der Unionszeichen für geschützte geografische Angaben und geschützte Ursprungsbezeichnungen kommt ein vergleichbares Kontrollsystem, auf Grundlage der einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen, zur Anwendung.

6. wie sich die unter Ziffer 4 aufgeführten Kriterien von den Kriterien unterscheiden, die Akteure entlang der Wertschöpfungskette der Land- und Ernährungswirtschaft erfüllen müssen, die an einem der Qualitätsprogramme des Landes (Qualitätszeichen bzw. Biozeichen Baden-Württemberg) teilnehmen oder das EU-Siegel für geschützte geografische Angaben und Ursprungsbezeichnungen aus Baden-Württemberg nutzen (bitte differenziert nach den einzelnen Zeichen und Siegeln);

Zu 6.:

Die Nutzung des Logos „Natürlich. VON DAHEIM“ in Verbindung mit den Qualitätszeichen des Landes (QZBW, BIOZBW) oder den Unionszeichen für geschützte geografische Angabe und geschützte Ursprungsbezeichnung bei Lebensmitteln/Agrarzeugnissen, Wein und Spirituosen (Logovarianten a) bis e) aus Antwort zu Ziffer 4) ist grundsätzlich nur unter der Voraussetzung, dass für diese Produkte ein Zeichennutzungsvertrag im Rahmen eines der beiden Qualitätsprogramme des Landes abgeschlossen ist bzw. die gesetzlichen Anforderungen bei geschützten geografischen Angaben und Ursprungsbezeichnungen erfüllt werden, möglich. Insofern bestehen für die entsprechende Logonutzung die gleichen Kriterien wie für die Nutzung der jeweiligen Qualitätszeichen und Unionszeichen.

7. wie viele Akteure entlang der Wertschöpfungskette der Land- und Ernährungswirtschaft das Qualitätszeichen Baden-Württemberg, das Biozeichen Baden-Württemberg, das EU-Siegel für geschützte geografische Angaben und Ursprungsbezeichnungen sowie das Logo „Natürlich. VON DAHEIM“ nutzen;

8. wie sich die Zahl dieser Nutzer in den vergangenen fünf Jahren entwickelt hat (bitte differenziert nach den einzelnen Zeichen, Siegeln und Logos);

Zu 7. und 8.:

Grundsätzlich ist zwischen Erzeugern und Zeichennutzern zu unterscheiden.

Tabelle 1 gibt einen Überblick über die Entwicklung der Zeichennutzer und Erzeuger der beiden Qualitätsprogramme des Landes in den letzten fünf Jahren. Trotz des Strukturwandels in der Landwirtschaft sind die Erzeugerzahlen vergleichsweise stabil bzw. im BIOZBW bisher zunehmend. Bei den Zeichennutzern des QZBW zeigt sich eine abnehmende Tendenz, die insbesondere in den Produktbereichen Eier sowie Fleisch- und Fleischerzeugnisse zu erkennen ist. Die Zahl der Zeichennutzer des BIOZBW ist bisher zunehmend.

Tabelle 1: Anzahl der QZBW und BIOZBW Zeichennutzer und Erzeuger 2018 bis 2022

Jahr		2018	2019	2020	2021	2022
QZBW	Anzahl Erzeuger	4.212	4.538	4.665	5.097	4.773
	Anzahl Zeichennutzer	544	526	520	478	458
BIOZBW	Anzahl Erzeuger	452	707	1.021	1.068	1.198
	Anzahl Zeichennutzer	174	109*	125	132	136

\* Rückgang aufgrund einer erforderlichen systembedingten Umstellung von bestimmten Zeichennutzungsverträgen auf Teilnahmevereinbarungen.

Die Anzahl der Unternehmen, die die entsprechenden EU-Siegel für geschützte geografische Angaben und Ursprungsbezeichnungen nutzen, ist Tabelle 2 zu entnehmen. Im Jahr 2021 waren es insgesamt 558 Hersteller von Lebensmitteln und Agrarerzeugnissen sowie 1323 Erzeuger von Weinen.

Tabelle 2: Unionszeichen für geschützte geografische Angabe und geschützte Ursprungsbezeichnung bei Lebensmitteln/Agrarzeugnissen

Eingetragener Name des geschützten Erzeugnisses:	Anzahl der Hersteller in BW nach Jahr				
	2022*	2021	2020	2019	2018
Allgäuer Emmentaler g. U./ Allgäuer Bergkäse g. U.		103	127	132	117
Filderkraut/Filderspitzkraut g. g. A.		5	5	19	21
Fränkischer Grünkern g. U.		21	15	8	9
Gurken ..., Tomaten ..., Salate ..., Feldsalat ... von der Insel Reichenau g. g. A.		49	51	69	69
Höri Bülle g. g. A.		12	11	12	12
Schwäbische Maultaschen/ Schwäbische Suppenmaultaschen g. g. A.		14	15	15	16
Schwäbische Spätzle/ Schwäbische Knöpfe g. g. A.		10	10	10	10
Schwäbisch-Hällisches Qualitäts- schweinefleisch g. g. A.		105	89	114	113
Schwarzwälder Schinken g. g. A.		84	82	85	93
Schwarzwaldforelle g. g. A.		6	6	6	7
Tettlinger Hopfen g. g. A.		123	121	126	130
Weideochse vom Limpurger Rind g. U.		26	29	32	30
Weißacker g. U.		0	0	0	0
Wein g. U. Baden <sup>1</sup>	505	551	564	568	577
Wein g. U. Württemberg <sup>1</sup>	549	575	592	611	594
Wein, Nutzung g. g. A. im Anbaugebiet Baden <sup>2</sup>	115	116	108	80	75
Wein, Nutzung g. g. A. im Anbaugebiet Württemberg <sup>2</sup>	74	81	74	77	53
<p><sup>1</sup> = Berücksichtigt sind alle Qualitätswein anstellenden Betriebe, die im jeweiligen Kalenderjahr mindestens einen Wein mit geschützter Ursprungsbezeichnung (g. U.) produziert haben.</p> <p><sup>2</sup> = Berücksichtigt sind alle Weingüter, Genossenschaften, Erzeugergemeinschaften sowie Kleinerzeuger bzw. Antragsteller ohne Betriebsnummer, die Wein mit geschützter geografische Angabe (g. g. A.) eingelagert haben, Informationen zur jeweils genutzten g. g. A. werden in der Erzeugungsmeldung nicht erfasst.</p>					

\* Erfassung für das Jahr 2022 teilweise noch in Bearbeitung.

9. welche Kriterien Akteure entlang der Wertschöpfungskette der Land- und Ernährungswirtschaft erfüllen müssen, um als Anbieter in der App „Von Daheim BW“ geführt zu werden;

Zu 9.:

Um als direktvermarktender Anbieter von landwirtschaftlichen und regionalen Erzeugnissen in der „Von Daheim“ App gelistet zu werden, müssen Anbieter zunächst einen Antrag beim Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz stellen. Dieser wird an die jeweils örtlich zuständige Untere Landwirtschaftsbehörde zur Prüfung auf Richtigkeit weitergeleitet. Der Antrag umfasst

Angaben zum Betrieb, Erreichbarkeit, Produktangebot, Vertriebswege (z. B. Hofladen, Automatenverkauf, Wochenmarkt), Öffnungszeiten, optional Angaben zu Zertifizierungen und Teilnahme an Qualitätsprogrammen sowie Angaben zur Gastronomie, Angeboten von Lernort Bauernhof oder Führungen und Veranstaltungen. Nach abschließender Prüfung durch das Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz wird dann der Eintrag in die App vorgenommen.

Die in die App aufgenommenen Gastronomiebetriebe sind Teilnehmer der „Schmeck den Süden“-Gastronomen, welche nachweislich Zutaten aus Baden-Württemberg verwenden und dies durch Kontrollen zertifizieren lassen.

*10. aus welchen Gründen die Regionalkampagne „Natürlich. VON DAHEIM“ beim Ministerium für Ländlichen Raum, Ernährung und Verbraucherschutz angesiedelt ist;*

Zu 10.:

Entsprechend § 20 Abs. 3 des Landwirtschafts- und Landeskultugesetzes des Landes kann das Land den Aufbau von Selbsthilfemaßnahmen, der gemeinschaftlichen Werbung sowie der Förderung der Erschließung und Pflege von Märkten für land- und ernährungswirtschaftliche Erzeugnisse, der Verbesserung des Absatzes landwirtschaftlicher Erzeugnisse und der Verbraucheraufklärung unterstützen. Diese Zuständigkeit ist beim Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz ressortiert.

*11. inwiefern die Aktivitäten im Rahmen der Regionalkampagne „Natürlich. VON DAHEIM“ bisher zur Absatzförderung von regionalen Lebensmitteln in Baden-Württemberg beigetragen haben;*

Zu 11.:

Die im Rahmen der Regionalkampagne „Natürlich. VON DAHEIM“ durchgeführten Maßnahmen und Aktivitäten wurden vielfach mit bisher eingeführten Maßnahmen und Projekten im Kontext der Qualitätsprogramme kombiniert oder diese damit weiterentwickelt und somit gestärkt. Dies war beispielsweise – abgesehen von coronabedingten Restriktionen – bei den Verbrauchermessen der Fall.

Die Regionalkampagne mit den verschiedenen Werbemaßnahmen (Plakate, Social media, regelmäßige Radiokampagnen, Anzeigen) ist ein wichtiger Teil des Gesamtmarketings. Das große Interesse von Erzeugern und Zeichennutzern sowie Zugriffszahlen z. B. auf die App zeigen den Erfolg der Kampagne.

*12. inwiefern es ihrer Ansicht nach Kannibalisierungseffekte zwischen der Regionalkampagne „Natürlich. VON DAHEIM“ und den Qualitätsprogrammen geben kann.*

Zu 12.:

Aufgrund der Ausführungen unter Ziffer 11 und mit dem Schwerpunkt der Regionalkampagne auf den Qualitätsprogrammen des Landes und den EU Qualitätsregelungen sind auch aufgrund der Erkenntnisse der MBW Marketinggesellschaft mbH o. g. Effekte vom Grundsatz her ausgeschlossen. Vielmehr ergänzen sich die Qualitätsprogramme des Landes, die EU-Qualitätsregelungen und die Regionalkampagne.

Die Regionalkampagne „Natürlich. VON DAHEIM“ dient unter anderem dazu, die Qualitätsprogramme zu stärken und zu unterstützen.

Hauk

Minister für Ernährung, Ländlichen Raum  
und Verbraucherschutz