



Schriftliche Anfrage

der Abgeordneten **Ruth Müller SPD**
vom 13.07.2016

Premiumprodukte statt Massenware

In seiner Regierungserklärung vom 1. Juli 2014 hat Staatsminister Helmut Brunner angekündigt, ein Regionalportal aufzubauen, um „Premiumprodukte statt Massenware“ zu unterstützen und damit mehr Transparenz zu ermöglichen. 700 Anbieter aus Bayern waren bis zum 1. Juli 2014 laut Regierungserklärung bereits in dem Regionalportal gelistet.

Ich frage die Staatsregierung:

1. a) Wie hat sich die Anzahl der Direktvermarkter, die in dem Regionalportal gelistet sind, seit dem 01.07.2014 entwickelt?
b) Wie ist die Entwicklung in den Jahren 2010–2014, also vor der Regierungserklärung, gelaufen (bitte aufgeschlüsselt nach Jahren, Regierungsbezirken, kreisfreien Städten und Landkreisen)?
2. a) Welche Mittel sind in den Ausbau der Direktvermarktung in den Jahren 2010–2016 investiert worden (bitte aufgeschlüsselt nach Jahren, Regierungsbezirken, kreisfreien Städten und Landkreisen)?
b) Wie wurden diese Mittel im Einzelnen verwendet?
3. a) Wie entwickelte sich der Umsatz der Direktvermarkter in Bayern (bitte aufgeschlüsselt nach Jahren, Regierungsbezirken, kreisfreien Städten und Landkreisen)?
b) Wie viele Direktvermarkter haben in den Jahren 2010 bis 2014 ihre Direktvermarktung aufgegeben (bitte aufgeschlüsselt nach Jahren, Regierungsbezirken, kreisfreien Städten und Landkreisen)?
4. Wie stellt sich die Struktur der Direktvermarkter dar (Ökobetriebe bzw. konventionell wirtschaftende Betriebe, bitte aufgeschlüsselt nach Jahren, Regierungsbezirken, kreisfreien Städten und Landkreisen)?
5. Wie beurteilt die Staatsregierung die neuen Vorgaben hinsichtlich der Kennzeichnung von Lebensmitteln bezüglich der Praktikabilität für die Direktvermarkter?
6. a) Welche Fördermaßnahmen im Speziellen sind für die Direktvermarkter derzeit verfügbar?
b) Wie stellt sich die Mindestfördersumme in den oben genannten Bereichen dar?
c) Wie viele Anträge auf Förderung der Direktvermarktung wurden seit dem Jahr 2010 abgelehnt?

Antwort

des Staatsministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten
vom 23.08.2016

1. a) **Wie hat sich die Anzahl der Direktvermarkter, die in dem Regionalportal gelistet sind, seit dem 01.07.2014 entwickelt?**

Juli 2014:	700 Anbieter
Juli 2015:	1.000 Anbieter
Juni 2016:	1.974 Anbieter

- b) **Wie ist die Entwicklung in den Jahren 2010–2014, also vor der Regierungserklärung, gelaufen (bitte aufgeschlüsselt nach Jahren, Regierungsbezirken, kreisfreien Städten und Landkreisen)?**

Die Internetplattform www.regionales-bayern.de ist seit dem 24.05.2014 online.

2. a) **Welche Mittel sind in den Ausbau der Direktvermarktung in den Jahren 2010–2016 investiert worden (bitte aufgeschlüsselt nach Jahren, Regierungsbezirken, kreisfreien Städten und Landkreisen)?**

Im Rahmen der Diversifizierungsförderung mit Schwerpunkt „Direktvermarktung“ sind im Zeitraum 2010 bis 2016 die in der beigefügten Anlage aufgeführten Mittel eingesetzt worden.

Vonseiten der Agentur für Lebensmittel-Produkte aus Bayern (alp Bayern) sind nachfolgende Mittel zur Vernetzung der regionalen Vermarktung sowie zum Aufbau regionaler Plattformen zur Verfügung gestellt worden:

Jahr	Betrag
2010	35.834,22 €
2011	70.593,65 €
2012	74.273,49 €
2013	153.714,05 €
2014	134.955,17 €
2015	149.535,28 €
2016	143.905,81 €

Eine detaillierte Aufstellung ist hier nicht verfügbar.

- b) **Wie wurden diese Mittel im Einzelnen verwendet?**

Im Bereich der Diversifizierungsförderung mit Schwerpunkt „Direktvermarktung“ wurden die Zuschüsse überwiegend in bauliche Maßnahmen investiert. Nur in wenigen Fällen in mobile Verkaufseinrichtungen. Eine detaillierte Auswertung kann nicht erstellt werden.

Die oben aufgeführten Mittel der alp Bayern wurden vorrangig für folgende Maßnahmen eingesetzt:

- Bauernmarktmeilen und weitere öffentlichkeitswirksame Veranstaltungen zur Positionierung der Direktvermarktung

- Konzeption, Entwicklung und Betrieb Regionalportal
 - o Layout, Wartung und Support, Wahrung Datenschutz, Suchmaschinen-Optimierung, Sicherheitstest
 - o Weiterentwicklung und Bekanntmachung
 - o Überprüfung und Freischaltung der registrierten Anbieter und Initiativen
 - o Vor-Ort-Schulungen für Erzeuger in Zusammenarbeit mit den Ämtern für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (ÄELF)
 - o Telefonhotline, telefonische Betreuung von Anbietern, ÄELF, Verbraucheranfragen und Presse
 - o Bereitstellung von Infomaterial
 - o Vorstellung des Portals bei Direktvermarktertagen, Mitgliederversammlungen, Tagungen usw.
 - o Koordination der Schnittstellenpartner
 - o Technische Optimierungen, Nutzererlebnis
 - o Kommunikationsdienstleister

3. a) Wie entwickelte sich der Umsatz der Direktvermarkter in Bayern (bitte aufgeschlüsselt nach Jahren, Regierungsbezirken, kreisfreien Städten und Landkreisen)?

Eine entsprechende Kenngröße wird statistisch nicht erfasst.

b) Wie viele Direktvermarkter haben in den Jahren 2010 bis 2014 ihre Direktvermarktung aufgegeben (bitte aufgeschlüsselt nach Jahren, Regierungsbezirken, kreisfreien Städten und Landkreisen)?

Entsprechende Angaben liegen der Staatsregierung nicht vor.

4. a) Wie stellt sich die Struktur der Direktvermarkter dar (Ökobetriebe bzw. konventionell wirtschaftende Betriebe, bitte aufgeschlüsselt nach Jahren, Regierungsbezirken, kreisfreien Städten und Landkreisen)?

Entsprechende Statistiken liegen der Staatsregierung nicht vor. Es kann aber davon ausgegangen werden, dass sich die Struktur der Direktvermarkter hinsichtlich Ökobetriebe bzw. konventionell wirtschaftende Betriebe analog der Gesamtheit der landwirtschaftlichen Betriebe im Freistaat verhält.

5. Wie beurteilt die Staatsregierung die neuen Vorgaben hinsichtlich der Kennzeichnung von Lebensmitteln bezüglich der Praktikabilität für die Direktvermarkter?

Hinsichtlich der Kennzeichnung von Lebensmitteln gelten die Vorgaben der Verordnung (EU) Nr. 1169/2011 (sog. Lebensmittelinformationsverordnung – LMIV) sowie der Vorläufigen Lebensmittelinformations-Ergänzungsverordnung – VorLLMIEV).

Die LMIV enthält einen Katalog mit für die Lebensmittelkennzeichnung verpflichtenden Angaben. Allerdings gibt es Ausnahmen von den Kennzeichnungsvorschriften, die insbesondere den Direktvermarktern zugutekommen. So sind beispielsweise Lebensmittel, die ohne Vorverpackung zum Verkauf angeboten werden oder auf Wunsch des Verbrauchers am Verkaufsort verpackt werden, von den Kennzeichnungsvorschriften grundsätzlich befreit. Für diese nicht vorverpackten Lebensmittel sind lediglich Zutaten und Verarbeitungshilfsstoffe, die Allergien und Unverträglichkeiten auslösen, nach Maßgabe der VorLLMIEV anzugeben.

Eine weitere – für die Direktvermarktung bedeutsame – Ausnahme gilt für Lebensmittel, einschließlich handwerklich hergestellter Lebensmittel, die direkt in kleinen Mengen von Erzeugnissen durch den Hersteller an den Endverbraucher oder an lokale Einzelhandelsgeschäfte abgegeben werden, die Erzeugnisse unmittelbar an den Endverbraucher abgeben. Diese Lebensmittel sind von der verpflichtenden Nährwertdeklaration ausgenommen (Anlage V, Nr. 19 LMIV).

6. a) Welche Fördermaßnahmen im Speziellen sind für die Direktvermarkter derzeit verfügbar?

Gefördert werden über die alp Bayern derzeit Bauernmarkteilen in München und Nürnberg, mit jeweils über 100 Direktvermarktern sowie in Kooperation mit dem Bayerischen Bauernverband die Aktionen „Eröffnung Biergartensaison“ und „Wintergemüse“.

Zudem sind Vorhaben mit Direktvermarktung grundsätzlich als Investitionsschwerpunkt in der Einzelbetrieblichen Investitionsförderung (EIF) förderfähig. Zurzeit ist die Antragstellung allerdings ausgesetzt.

b) Wie stellt sich die Mindestfördersumme in den oben genannten Bereichen dar?

Für diejenigen Maßnahmen, die von der alp Bayern unterstützt werden, existieren keine Mindestfördersummen für o. g. Bereiche.

Im Rahmen der Diversifizierungsförderung müssen die zwendungsfähigen Ausgaben mindestens 10.000 € und 20.000 € in der Agrarinvestitionsförderung (ausschließlich Anhang I Produkte) betragen.

c) Wie viele Anträge auf Förderung der Direktvermarktung wurden seit dem Jahr 2010 abgelehnt?

Im Rahmen der Einzelbetrieblichen Investitionsförderung (EIF) wurden in den Jahren 2010 bis 2016 insgesamt 10 Anträge mit Direktvermarktung als Investitionsschwerpunkt abgelehnt.

Für die von der alp Bayern unterstützten Maßnahmen existiert kein formales Antragsverfahren für die Antragstellung auf Förderung von Direktvermarktungsmaßnahmen.

Deggendorf							18.868,00 €		18.868,00 €
Passau	24.942,00 €				10.372,00 €			11.111,00 €	46.425,00 €
Rottal-Inn							16.115,00 €		16.115,00 €
Straubing-Bogen					10.059,00 €		24.784,00 €		34.843,00 €
Niederbayern									116.251,00 €
Amberg-Sulzbach							10.900,00 €	44.061,00 €	54.961,00 €
Cham								29.338,00 €	29.338,00 €
Neumarkt							13.737,00 €		13.737,00 €
Neustadt		20.000,00 €							20.000,00 €
Regensburg	20.806,00 €						22.493,00 €	7.754,00 €	51.053,00 €
Oberpfalz									169.089,00 €
Bamberg									80.000,00 €
Forchheim		80.000,00 €						117.050,00 €	117.050,00 €
Coburg	23.499,00 €								23.499,00 €
Wunsiedel								41.620,00 €	41.620,00 €
Oberfranken									262.169,00 €
Stadt Ansbach	16.100,00 €								28.013,00 €
Ansbach	4.630,00 €						10.660,00 €	80.175,00 €	95.465,00 €
Neustadt/A.-Bad Windsh.	17.068,00 €								17.068,00 €
Roth								199.987,00 €	199.987,00 €
Mittelfranken									340.533,00 €

Stadt Würzburg										136.290,00 €	136.290,00 €
Bad Kissingen		83.022,00 €								175.156,00 €	258.178,00 €
Haßberge		52.941,00 €									52.941,00 €
Schweinfurt										37.173,00 €	37.173,00 €
Unterfranken											484.582,00 €
Augsburg										86.892,00 €	86.892,00 €
Dillingen			78.598,00 €	24.150,00 €							102.748,00 €
Lindau						49.000,00 €					49.000,00 €
Oberallgäu				90.954,00 €		200.000,00 €		31.860,00 €			322.814,00 €
Schwaben											561.454,00 €
Bayern	160.962,00 €	235.963,00 €	206.938,00 €	307.756,00 €	359.660,00 €	270.142,00 €	994.244,00 €	2.535.665,00 €			