



## Schriftliche Anfrage

der Abgeordneten **Ruth Müller SPD**  
vom 03.11.2016

### „Melkhäuser“ – Direktvermarktung – Nahversorgung – Tourismus

„Melkhus“ (niederdeutsch für Milchhaus) ist die rechtlich geschützte Bezeichnung für Raststätten, die im Norden und Westen Niedersachsens sowie in Schleswig-Holstein vornehmlich an verschiedenen Radfern- beziehungsweise Radwanderwegen aber auch an zahlreichen regionalen Radthemenrouten zumeist auf landwirtschaftlichen Betrieben liegen und in denen Landfrauen Milchspezialitäten anbieten. Radfahrer und Spaziergänger können sich auf diese Weise bei einem Glas frischer Milch, Milchmixgetränken, Quarkspeisen oder auch bei einem Kaffee stärken und erhalten nebenbei Einblick in die heutige Landwirtschaft sowie touristische Tipps für ihre Weiterfahrt.

Die „Melkhüs“ sind in der Regel von April bis Ende September täglich geöffnet und am einheitlichen Design erkennbar.

Ich frage die Staatsregierung:

1. Wie beurteilt sie die Idee der „Melkhüs“ in Bezug auf Direktvermarktung, Nahversorgung und Tourismus?
2. Sieht die Staatsregierung darin eine Möglichkeit, für die bayerischen (Milch-)Bauern ein zusätzliches Einkommen zu generieren?
3. Wäre die Staatsregierung bereit, diese Idee aufzugreifen und zu fördern?

## Antwort

des **Staatsministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten**  
vom 30.11.2016

Zu 1.:

Die Melkhüs sind eine sehr verbraucherorientierte Möglichkeit der Direktvermarktung von Milch. Den Kunden wird Einblick in die landwirtschaftliche Produktion und Arbeitsweise gegeben. Dieser Erzeuger-Verbraucher-Dialog ist für beide Seiten wertvoll. Daher werden landwirtschaftliche Betriebe, die sich über die direkte Vermarktung von Milch und den Aufbau eines gastronomischen Angebots rund um die Milch eine Einkommenskombination aufbauen möchten, durch Qualifizierungsmaßnahmen und Fördermittel beim Aufbau begleitet und unterstützt.

Melkhüs können ebenso wie Hofläden oder Automatenverkauf einen Beitrag zu Nahversorgung liefern. Aufgrund der z. T. abgelegenen Hoflagen ist aber der Kundenkreis auf die mobilen Kunden beschränkt. Es muss sich langfristig zeigen, ob Kunden bereit sind, einen Mehraufwand an Fahrten zu leisten.

Melkhüs können touristisch wertvoll sein. Die Idee, rund um die Produktion von Milch touristische Angebote zu bündeln, wurde auch in Bayern mehrfach erfolgreich umgesetzt. Es wurden verschiedene Wanderwege rund um die Milch aufgebaut, z. B. der Pfaffenwinkler Milchweg oder der Kesseltaler Landwirtschaftserlebnisweg. Beide Maßnahmen wurden mit LEADER gefördert.

Zu 2.:

Der Einkommensbeitrag eines Melkhüs für den Milchviehbetrieb ist als begrenzt einzuschätzen. Das liegt zum einen an der auf die Sommersaison eingeschränkten Bewirtschaftungsform. Zum anderen hat sich gezeigt, dass Melkhüs eine deutlich größere Nachfrage erfahren, wenn die Kunden bedient werden. Aufgrund des notwendigen Personaleinsatzes muss der landwirtschaftliche Betrieb im Einzelfall prüfen, ob ausreichend freie Arbeitszeit verfügbar und diese Vermarktungsform langfristig wirtschaftlich ist.

Zu 3.:

Es bestehen sowohl Beratungs- und Bildungsangebote als auch Fördermöglichkeiten, die die Ämter für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten und die Ämter für Ländliche Entwicklung anbieten und die durch die landwirtschaftlichen Betriebe nachgefragt werden.