



HESSISCHER LANDTAG

05. 10. 2012

Kleine Anfrage

der Abg. Fuhrmann (SPD) vom 30.05.2012

betreffend regionale Lebensmittel

und

Antwort

der Ministerin für Umwelt, Energie, Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Vorbemerkung der Fragestellerin:

Immer mehr Verbraucher und Verbraucherinnen greifen bewusst zu regionalen Lebensmitteln und tragen damit dem wachsenden Bewusstsein für Umwelt- und Klimaschutz Rechnung. Für die Verbraucher scheint Regionalität gleichbedeutend zu sein mit Transparenz, Herkunftsnachweis und Rückverfolgbarkeit. In der Realität sieht dies aber oft anders aus, da es weder eine einheitliche Definition für regional produzierte Lebensmittel noch einheitliche Kriterien für eine Regionalkennzeichnung gibt.

Vorbemerkung der Ministerin für Umwelt, Energie, Landwirtschaft und Verbraucherschutz:

Die Versorgung der hessischen Verbraucherinnen und Verbraucher mit Lebensmitteln aus der Region ist seit vielen Jahren Anliegen der Landesregierung. Das Interesse der Konsumenten an regionalen Produkten ist in den letzten Jahren weiter gewachsen. Die Vorzüge der nahegelegenen landwirtschaftlichen Produktion sind der eingesparte Transportweg, der Vertrauensvorschuss für alles was nah ist, die Frische, Transparenz und Sicherheit. Deshalb achtet mehr als die Hälfte der deutschen Verbraucher beim Einkauf auf Produkte aus der Region und fast 80 v.H. sind bereit, für regionale Ware mehr auszugeben als für importierte.

Die Marketinggesellschaft "GUTES AUS HESSEN" und das in Frankfurt ansässige Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL) haben als Gutachter für die Bundesregierung Anfang des Jahres eine neue Form der Regionalkennzeichnung, das sogenannte "Regionalfenster" ins Gespräch gebracht. Diese Initiative wird aber nach Meinung der Landesregierung eine privatwirtschaftliche bleiben.

Um Transparenz, Herkunft und Produktqualität zu sichern, verfügt das Land Hessen über Behörden zum Vollzug des Lebensmittel- und des Kennzeichnungsrechtes, also ordnungsrechtlichen Verbraucherschutz.

Darüber hinaus werden unter dem Dach der Marketinggesellschaft "GUTES AUS HESSEN" auch Produktentwicklungen und Vermarktungsstrategien gefördert. Für Produkte, die nach der EU-Öko-Verordnung produziert und verarbeitet werden, ist dies das "Bio-Siegel HESSEN", für die konventionellen Produkte aus integriertem Anbau die "Geprüfte Qualität - HESSEN". Besondere Unterstützung durch Beratung und Zuschüsse erhalten neben diesen regional und ökologisch erzeugten Produkten auch Produkte und Initiativen, die sich den anerkannten Lebensmittelqualitätsregelungen der EU "geschützte geographische Angaben", "Ursprungsbezeichnungen" oder "Qualitätswein bestimmter Anbauegebiete" des Landes Hessen zuordnen lassen.

Diese Vorbemerkungen vorangestellt, beantworte ich die Kleine Anfrage im Einvernehmen mit dem Minister des Innern und für Sport, der Ministerin für

Wissenschaft und Kunst, der Kultusministerin, dem Minister für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung, der Staatskanzlei, dem Minister der Finanzen und dem Minister der Justiz, für Integration und Europa wie folgt:

Frage 1. Welche landwirtschaftlichen Direktvermarkter, Regionalinitiativen und -marken für Lebensmittel gibt es in Hessen? (nach Regionen und Vermarktungsschwerpunkt)

Das hessische Angebot von Regionalinitiativen ist vielfältig und reicht von landesweiten Maßnahmen wie "Qualitätsmarke Geprüfte Qualität - HESSEN" und "Bio-Siegel HESSEN" bis hin zu Gemeinschaftsmaßnahmen wie "Einkaufen auf dem Bauernhof" des Deutschen Bauernverbands mit Mitgliedern aus den Bundesländern und dem Konzept LANDMARKT der Vereinigung Hessischer Direktvermarkter (VHD). Sowohl die Landesregierung als auch die berufsständischen Vertretungen und Vereinigungen und die öffentliche Verwaltung (Landkreise) haben diese Maßnahmen mit initiiert.

Landesweite Regionalmarken:

- Qualitätsmarke "Geprüfte Qualität - HESSEN",
- "Bio-Siegel-HESSEN".

Vermarktet werden in beiden Systemen die Produktkategorien:

- Fleisch- und Wurstwaren (Schweine-, Rind-, Lamm- und Wildfleisch),
- Geflügel,
- Eier,
- Fisch,
- Getreide und Ölsaaten,
- Gemüse,
- Obst,
- Kartoffeln,
- Brot, Brötchen und Backwaren,
- Fruchtsaft, Most und Wein aus Kernobst,
- Bier,
- Spirituosen, Milch und Milchprodukte.

Geoschutz nach EU-Verordnungen

Auf der Grundlage der EU-Verordnungen 510/2006, 509/2006 sowie deren Durchführungsverordnungen und dem deutschen Markengesetz können geographische Angaben und Ursprungsbezeichnungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel gesetzlich geschützt werden. Es wird unterschieden in "geschützte Ursprungsbezeichnung" (g.U.), "geschützte geographische Angabe" (g.g.A.) und "garantiert traditionelle Spezialität" (g.t.S.).

Zum Schutz des geographischen Ursprungs (g.U.) müssen Erzeugung, Verarbeitung und Herstellung eines Produktes in einer definierten Region stattfinden. Bei der geschützten geographischen Angabe (g.g.A.) reicht hierzu eine dieser Produktionsstufen.

In Hessen sind der "Hessische Handkäse" und der "Hessische Apfelwein" jeweils als g.g.A. und der "Odenwälder Frühstückskäse" als g.U. geschützt. Im EU - Anerkennungsverfahren befinden sich die "Frankfurter Grüne Soße" und die "Nordhessische Ahle Wurst".

Dachmarke Rhön - Qualitätssiegel Rhön und Biosiegel Rhön

Sie werden von den fünf Landkreisen, die das Biosphärenreservat Rhön in Hessen, Bayern und Thüringen ausmachen, betrieben. Auf hessischer Seite ist hier der Landkreis Fulda eingebunden. Die Dachmarke Rhön umfasst rd. 200 Teilnehmer inkl. Gastronomie und Handwerk.

Mit dem Qualitätssiegel Rhön (QSR) werden nach definierten Kriterien ausgewählte Produkte und Dienstleistungen der Rhön gekennzeichnet. Ziel dieser Auszeichnung ist es, die Verbraucher für geprüfte Qualitätserzeugnisse und -angebote aus der Rhön zu gewinnen. Zurzeit gibt es rund 160 Betriebe innerhalb der Gebietskulisse der Arbeitsgemeinschaft Rhön, die das Qualitätssiegel nutzen.

Mit dem Biosiegel Rhön wird regionaler Rohstoffbezug und ökologische Erzeugung ausgezeichnet. Es kann von allen Betrieben, die ihren Sitz in der Gebietskulisse der Arbeitsgemeinschaft Rhön haben und nach der EG-Öko-Verordnung erzeugen und verarbeiten, genutzt werden. Die Anforderungen gehen teilweise über die Vorgaben der EU-Öko-Verordnung hinaus.

Landwirtschaftliche Direktvermarkter

- Vereinigung der Hessischen Direktvermarkter e.V. (VHD) mit 9 Regionalgruppen und Einzelmitgliedern, insgesamt rund 400 Mitglieder, davon 170 Teilnehmer am Vermarktungskonzept LANDMARKT.

Die VHD ist 1989 als Dachorganisation der damaligen, an die ehemaligen Ämter für Landwirtschaft angebotenen 17 Regionalgruppen der Direktvermarkter entstanden. Davon sind heute noch 9 Regionalgruppen aktiv.

Es gibt sie im Odenwald, Wiesbaden, Hochtaunus, Wetterau, Main-Kinzig-Kreis, Marburg-Biedenkopf, Rhön-Vogelsberg, Frankenberg, Kulinarisches vom Bauernhof Nordhessen. Die VHD vertritt rund 400 Mitglieder, die entweder in den 9 Regionalgruppen oder als Einzelmitglieder organisiert sind.

Die Vermarktung durch die VHD beinhaltet eine breite Angebotspalette landwirtschaftlicher Produkte wie Obst und Gemüse, Kartoffeln, Fleisch und Wurstwaren, Geflügel, Fisch, Milch und Milchprodukte, Käse, Bauernhofeis, Eier, Nudeln, Brot und Backwaren, Honig, Fruchtaufstriche, Fruchtsäfte, Wein, Sekt, Schnaps, Liköre, Essig und Öl etc.

Das Vermarktungskonzept LANDMARKT wird auf allen Vermarktungswegen der Direktvermarkter (Hofladen, Bauernmarkt, Lieferservice etc.) eingesetzt. Schwerpunkt der Vermarktung ist die seit 2005 bestehende Kooperation mit der REWE-Region Mitte (Einzugsgebiet Hessen und Teile von Bayern bzw. Rheinland-Pfalz). Aktuell unterhalten 170 LANDMARKT-Betriebe rund 2.200 Lieferbeziehungen zu 125 REWE-Märkten in Hessen und bieten in der Summe rund 2000 Artikel an. Durchschnittlich beliefern 15 bis 20 vorwiegend lokal ansässige LANDMARKT-Betriebe einen REWE-Markt. Seit 2008 wurden jährlich 20 bis 25 REWE-Märkte neu mit einer LANDMARKT-Präsentation ausgestattet.

- An nicht organisierten Direktvermarktern sind in Hessen nach Angaben des Statistischen Landesamtes 552 Betriebe bekannt, in der Summe 952 mit den in der VHD organisierten im Jahre 2010. (Verteilung siehe hierzu **Anlage 1**).
- Bundesfördergemeinschaft "Einkaufen auf dem Bauernhof" (Mitglied Hessen - Hessischer Bauernverband - vertreten durch die Vereinigung der Hessischen Direktvermarkter; zz. 31 Mitgliedsbetriebe). Dieser Zusammenschluss wurde 1989 von Landwirtschaftskammern und Landesbauernverbänden gegründet, um das Besondere der Einkaufsstätte Bauernhof hervorzuheben und inzwischen auch die Interessen der landwirtschaftlichen Direktvermarkter in Deutschland zu vertreten.

Über die bereits genannten Direktvermarktung hinaus gibt es nach Angaben des Bundesverbandes der Regionalinitiativen auf seiner Internetseite www.reginet.de in Hessen etwa 50 Regionalinitiativen. Wie deren Aktivitäten derzeit sind und ob sie im Einzelfall von den Landkreisen beraten und gefördert werden, ist der Landesregierung nicht bekannt. Viele dieser Initiativen beschäftigen sich mit Streuobstverwertung oder wollen unter dem Namen ihrer meist touristisch schon bekannten Mittelgebirgsregion für Lebensmittel werben.

(Siehe hierzu auch aus FiBL Deutschland/MGH GUTES AUS HESSEN - Gutachten die "Übersicht der wirtschaftlich relevanten Regionalinitiativen in Deutschland 2011 - hier "Hessen" in **Anlage 2**).

Stark auf ein Produkt in Verbindung mit touristischen und kulturellen Angeboten beziehen sich auch die "Hessische Apfelwein- und Obstwiesenroute" und die "Hessische Milch- und Käsestraße".

Frage 2. Wie unterstützt die Landesregierung Regionalinitiativen und Direktvermarkter?

Diversifizierungsförderung

Die Landesregierung fördert im Rahmen des Entwicklungsplans für den ländlichen Raum 2007-2013 (EPLR) Investitionen von diversifizierenden landwirtschaftlichen Betrieben (wie z.B. Direktvermarkter) nach den hierfür geltenden Richtlinien "Einzelbetriebliches Förderungsprogramm Landwirtschaft" (RL-EFP). Im Rahmen dieser Förderung können landwirtschaftliche Betriebe für Investitionen in Verarbeitung und Vermarktung bei Erfüllung aller Förderbedingungen eine Förderung erhalten. Diese beträgt 25 v.H. der förderfähigen Kosten bis zu einer Höhe von 45.000 € je Förderfall und ist über die jeweils zuständigen Kreisverwaltungen zu beantragen.

Zudem unterstützt die Landesregierung Direktvermarkter dahingehend, dass sie mit Mitteln der Europäischen Union und des Landes Hessen das Erzeuger/Verbraucher-Portal, www.landservice-hessen.de interessierten Nutzern zur Verfügung stellt. Es handelt sich hierbei um ein Internetangebot, in welchem sich landwirtschaftliche Betriebe mit ihren Diversifizierungsangeboten, zu denen auch die Direktvermarktung zählt, präsentieren können und interessierte Verbraucher die Möglichkeit haben, ihren Wünschen entsprechend nach geeigneten Betrieben zu recherchieren. Das Angebot wird vom Regierungspräsidium Gießen betreut.

Hessischer Agrarmarketingvertrag

Die Landesregierung stellt durch den mit der Marketinggesellschaft GUTES AUS HESSEN GmbH geschlossenen Hessischen Agrarmarketingvertrag finanzielle Mittel zur Verfügung, die jedem Unternehmen in Hessen zur Verfügung stehen. Gebunden sind diese Mittel an die Teilnahme einer Lebensmittelqualitätsregelung wie der Qualitätsmarke "Geprüfte Qualität - HESSEN", "Bio-Siegel-HESSEN", einer "geschützten geographischen Angabe" oder "geschützten Ursprungsbezeichnung".

Zuwendungen zur Unterhaltung der Geschäftsstelle der VHD

Die Vereinigung der Hessischen Direktvermarkter erhält jährlich 17.000,00 € Zuwendungen zur Unterhaltung ihrer Geschäftsstelle.

Frage 3. Welche Definition von "regional" liegt der Vermarktung von regionalen Lebensmitteln in Hessen zugrunde?

Es gibt keine wissenschaftlich begründete Definition des Begriffs "regional". Es ist jedem freigestellt, für sich selbst eine Definition zu treffen, diese darf allerdings nicht den Verbraucher täuschen.

Die Marktforschung bewegt sich zum Begriff "Region" zwischen Gemeindeebene und nationaler Ebene. Darüber hinaus gibt es naturräumliche aber länderübergreifende Definitionen wie z.B. Rhön, Spessart und Odenwald.

Die vom Land Hessen unterstützten Regionalmarken der "Geprüften Qualität - HESSEN" und "Bio-Siegel HESSEN" beziehen sich auf das Bundesland Hessen als Region.

Das Vermarktungskonzept LANDMARKT der VHD versteht sich per se als ein urtypisches Element regionaler Vermarktung. Wesen der Direktvermarktung ist der kurze Weg zu den Verbrauchern. Allein aufgrund der Betriebsgrößen scheidet eine überregionale Vermarktung aus. Voraussetzung für die Teilnahme an dem LANDMARKT-Konzept ist die Erfüllung der verbandseigenen Definition "Landwirtschaftliche Direktvermarktung". Sie legt fest, wann ein Betrieb bzw. welches Produkt die LANDMARKT-Eigenschaft erfüllt.

Die Bundesfördergemeinschaft "Einkaufen auf dem Bauernhof" tritt für eine einheitliche Definition der landwirtschaftlichen Direktvermarktung ein. Diese Definition ist Basis der Nutzungsbedingungen für das Zeichen "Einkaufen auf dem Bauernhof":

- Danach handelt es sich um ein landwirtschaftliches Unternehmen. Handelsbetriebe und Betriebe mit gewerblicher Tierhaltung sind ausgeschlossen.
- Die Produkte stammen aus eigener Erzeugung bzw. werden von anderen Bauernhöfen zugekauft und unter Angabe des jeweiligen Erzeugernamens verkauft.

- Verkaufsfertige Produkte, die nicht der landwirtschaftlichen Direktvermarktung zuzuordnen sind, dürfen bis maximal 20 v.H. - bezogen auf den Gesamtumsatz der Direktvermarktung des Betriebes - mitverkauft werden.

Frage 4. Welche Kriterien bzw. Anforderungen müssen regionale bzw. regional produzierte Lebensmittel in Hessen erfüllen, die als "echte Regionalprodukte" vermarktet werden?

Hinter den beiden Qualitäts- und Herkunftszeichen "Geprüfte Qualität - HESSEN" und "Bio-Siegel-HESSEN" liegen Anforderungen, die über die gesetzlichen Vorgaben hinausgehen.

Die Qualitätskriterien des "Bio-Siegel HESSEN" beziehen sich - wie die Qualitätsmarke "Geprüfte Qualität - HESSEN" - ebenfalls auf Hessen als Region zuzüglich Zertifizierung für die entsprechenden Produkte/Lebensmittel nach EU-Öko-Verordnung sowie der Vollumstellung des Betriebes und besonderen Qualitätskriterien bei Obst, Gemüse, Kartoffeln und Fleisch.

Die Vorgaben sind für alle Systemteilnehmer verbindlich und in den Handbüchern zu den Systemen festgelegt. Diese Handbücher sind auf der öffentlich zugänglichen Homepage der Marketinggesellschaft GUTES AUS HESSEN unter www.gutes-aus-hessen.de für jeden einzusehen. Die Einhaltung dieser Vorgaben wird jährlich durch externe Kontrollstellen neutral überprüft.

Die Definition "Landwirtschaftliche Direktvermarktung" der VHD für LANDMARKT ist eine Prozessbeschreibung des Vorgangs Direktvermarktung, die die Herkunft von landwirtschaftlichem Urprodukt und daraus hergestelltem Verarbeitungsprodukt ausschließlich und nachweislich an den hessischen LANDMARKT-Betrieb bindet. Das LANDMARKT-Produkt bleibt daher vom Urprodukt bis zum Endprodukt im alleinigen Verantwortungsbereich des Betriebes. LANDMARKT-Produkte können nur von anerkannten und kontrollierten LANDMARKT-Betrieben in den Verkehr gebracht werden.

In der verbandseigenen Definition der VHD heißt es: "Im Mittelpunkt der Definition steht der landwirtschaftliche Betrieb und die Familie, die diesen Betrieb bewirtschaftet. Sie sind diejenigen, die landwirtschaftliche Urprodukte erzeugen, sie zu Direktvermarktungsprodukten verarbeiten und als solche vermarkten."

Als qualitatives Element ist in der Definition der Verzicht auf Gentechnik im Pflanzenbau (gentechnisch verändertes Saat- und Pflanzgut) und bei Futtermitteln, die aus gentechnisch verändertem Saat- und Pflanzgut hergestellt wurden, verankert. LANDMARKT-Betriebe, die an REWE liefern, müssen zusätzlich für ihre Produkte produktspezifisch ein anerkanntes Qualitätssicherungssystem vorweisen. Als solche sind z.B. anerkannt EG-Öko-Verordnung, Q+S, Q+S-GAP, KAT, "Geprüfte Qualität - HESSEN", "Bio-Siegel-HESSEN".

Landwirtschaftlicher Betrieb ist, wer als Unternehmer ein auf Bodenbewirtschaftung beruhendes Unternehmen der Landwirtschaft betreibt, das die Mindestgröße im Sinne von § 1 Abs. 5 des Gesetzes über die Alterssicherung der Landwirte (ALG) erreicht. Zu den Unternehmen der Landwirtschaft zählen weiterhin Garten- und Weinbau, Fischzucht und Teichwirtschaft sowie Binnenfischerei, Imkerei, landwirtschaftliche Wildhaltung, Wanderschäferei.

Frage 5. Müssen alle Rohstoffe in einer Region hergestellt und verarbeitet worden sein oder genügt ein Verarbeitungsschritt oder die bloße Rezeptur als Voraussetzung für eine regionale Auszeichnung in Hessen?

Da es für "regional" keine verbindliche Definition gibt, ist es jedem selbst überlassen, wie- viel v.H. der Rohstoffe in der Region erzeugt, verarbeitet oder vermarktet werden müssen.

In dem Gutachten der MGH GUTES AUS HESSEN und FiBL Deutschland e.V. für das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) zur "Entwicklung von Kriterien für ein bundesweites Regionalsiegel" wurde ein Szenario mit dem Titel "Regionalfenster" entwickelt. Dieses Regionalfenster wird sowohl von der Landesregierung als auch vom BMELV favorisiert, da es dem Verbraucher die meiste Transparenz bietet und die Qualitäts- und Herkunftszeichen der Länder in ihrer Kommunikation unterstützt. In diesem freiwilligen Regionalfenster sollen für jedes Produkt verbindliche Angaben zur Definition der Region und den Anteil an Rohstoffen aus dieser definierten Region gemacht werden.

Für die beiden landesweiten Regionalmarken "Geprüfte Qualität - HESSEN" und "Bio-Siegel-HESSEN" sind die Rohstoffvorgaben in den jeweiligen Handbüchern verankert. Für beide Systeme gilt im Allgemeinen, dass die Hauptzutat, in der im Qualitätszeichen angegebenen Region erzeugt werden muss. Bei Brot- und Backwaren mit der Qualitätsmarke "Geprüfte Qualität - HESSEN" bedeutet dies z.B., dass das verwendete Mehl zu 100 v.H. aus hessischem Getreide hergestellt werden muss, andere Zutaten, wie z.B. Mohn, allerdings nicht.

Es gelten im Einzelnen für:

- "Geprüfte Qualität - HESSEN": Anteil der Rohprodukte aus der Region mit 100 v.H. der Hauptzutat (Ausnahmen produktbezogen).
- "Bio-Siegel-HESSEN": Anteil der Rohprodukte aus der Region mit 100 v.H. der Hauptzutat (Ausnahmen produktbezogen).
- "Biosiegel Rhön": Anteil der Rohprodukte aus der Region mit 100 v.H. der Hauptzutat (Ausnahmen produktbezogen).
- *Geoschutz*:
 - Odenwälder Frühstückskäse (g.U.): Rohprodukt Milch zu 100 v.H. aus der Region,
 - Hessischer Apfelwein (g.g.A.): zu 97 v.H. aus Kelteräpfeln vorzugsweise von Streuobstwiesen
 - Hessischer Handkäse (g.g.A.): Die Herstellung findet im geographischen Gebiet Hessen statt.
- **LANDMARKT**:
Hierzu wird auf die Antworten zu den Fragen 3 und 4 verwiesen.

Frage 6. Wer kontrolliert, ob die Regionalinitiativen und Direktvermarkter ihre eigenen Aussagen/Anforderungen, etwa die, dass 100 v.H. der Rohstoffe aus der Region bzw. dem jeweiligen Bundesland stammen, einhalten?

Die Behörden der hessischen Lebensmittelüberwachung überprüfen im Rahmen der von ihnen durchgeführten risikoorientierten Kontrollen unter anderem auch eine mögliche Irreführung der Verbraucher. In Verdachtsfällen kann diese Prüfung auch die Kontrolle einer ausgelobten Herkunftsangabe umfassen.

Produkte, die z.B. mit der Qualitätsmarke "Geprüfte Qualität - HESSEN" beworben werden, unterliegen zudem einem mehrgliedrigen System von Prüfungen. Kennzeichnend für das Qualitätssicherungssystem der Qualitätsmarke ist es, dass sowohl die Einhaltung der besonderen Produktionsstandards als auch die nachvollziehbare Herkunft lückenlos kontrolliert werden. Alle Beteiligten - von der Erzeugung über die Be- und Verarbeitung bis hin zur Vermarktung - haben sich dieser Kontrolle zu unterziehen. Zuständig für das Qualitätssicherungssystem der Qualitätsmarke mit der Funktion "Kontrolle der Kontrolle" ist das Regierungspräsidium Gießen. Neutrale, private Kontrollunternehmen werden von dort zugelassen und haben die Aufgabe, Betriebe auf die Einhaltung der Qualitätsmarkenbestimmungen zu überwachen.

Kontrolle "Geprüfte Qualität - HESSEN"

- a) Eigenkontrolle durch den Betrieb
- b) neutrale Kontrolle durch unabhängige Kontrollstellen als Erstzertifizierung, Wiederholungsprüfung, 10 v.H. Stichprobenkontrolle
- c) Kontrolle der Kontrolle durch das Regierungspräsidium Gießen.

Kontrolle "Bio-Siegel-HESSEN" wie "Geprüfte Qualität - HESSEN".

Kontrolle LANDMARKT

LANDMARKT-Betriebe werden in der Regel jährlich durch neutrale und unabhängige Kontrollstellen geprüft oder in Kombination mit anderen Qualitätssicherungssystemen.

Frage 7. Wie hoch ist der Marktanteil regional hergestellter und verwendeter Lebensmittel in Hessen derzeit und wie hat er sich in den letzten zehn Jahren entwickelt?

Die MGH "GUTES AUS HESSEN" hat durch die Universität Gießen mit dem Institut für Agrarpolitik und Marktforschung in den letzten beiden Jahren Umsatzzahlen für Produkte, die mit der Qualitätsmarke "Geprüfte Qualität -

HESSEN" gekennzeichnet sind, erhoben. Im Jahr 2009 betrug der Umsatz damit 157 Mio. € und im Jahr 2010 174 Mio. €. Die Qualitätsmarke "Geprüfte Qualität- HESSEN" startete im Jahr 2003 mit rund 90 Teilnehmern und liegt aktuell bei rund 490 Teilnehmern.

Schätzung der VHD für LANDMARKT

Insbesondere die Kooperation mit REWE hat den LANDMARKT-Betrieben einen erheblichen Umsatzzuwachs gebracht. Die Vermarktung in den REWE-Märkten ist dabei als zusätzliche Vermarktungsschiene zu sehen, die im Grundsatz nicht zu Lasten bestehender Direktvermarktungsformen geht. Mit der Vermarktung über die LANDMARKT-Präsentation in den REWE-Märkten werden zusätzliche Käuferschichten und Zielgruppen erschlossen, die nicht zu den originären Kunden des Hofladens oder Bauernmarktes zu rechnen sind. Insofern sind keine nennenswerten Umsatzeinbußen der LANDMARKT-Betriebe in ihren sonstigen Vermarktungswegen zu verzeichnen. Laut Schätzung des Verbandes beläuft sich der zusätzliche Umsatz der Betriebe auf mindestens 90 v.H.. Der Umsatzanteil der LANDMARKT-Produkte in den belieferten REWE-Märkten liegt in der Größenordnung von 2 bis 4 v.H.

Der zusätzliche Bruttoumsatz auf der einzelnen Betriebsebene von LANDMARKT wird für 2012 auf durchschnittlich zwischen 55.000 bis 60.000 € geschätzt.

Frage 8. In welchen Kantinen von landeseigenen Einrichtungen werden Produkte aus regionalem und/oder biologischem Landbau angeboten?

Im Bereich des Ministeriums für Umwelt, Energie, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (HMUELV): Das HMUELV verfügt über keine eigene Kantine.

Der Landesbetrieb Landwirtschaft Hessen (LLH) bezieht für seine Kantine am Landwirtschaftszentrum Eichhof in Bad Hersfeld ausschließlich regionale Produkte aus der unmittelbaren Region, Milch vom Eichhof selbst und Kartoffeln vom Antonius-Hof in Fulda.

Im Bereich des Ministeriums des Innern und für Sport (HMdIS):

Nachgeordnete Dienststellen

Landeseigene Kantinen im nachgeordneten Bereich des HMdIS gibt es

- beim Regierungspräsidium Kassel,
- bei der Hessischen Bezügestelle in Kassel,
- im Bereich der Polizei sowie
- bei der Hessischen Landesfeuerwehrschule.

In der Kantine des Regierungspräsidiums Kassel werden das Mineralwasser, sämtliche Backwaren, Eier und Geflügel aus der Region bezogen. Obst und Gemüse werden über Händler bezogen, die ihre Ware zum Teil und je nach Saison von regionalen Anbietern beziehen. Der Kaffee ist aus fairem Handel und biologisch erzeugt.

In der Kantine der Hessischen Besoldungsstelle in Kassel werden Produkte wie Eier, Salat, Gemüse und Backwaren aus regionalem (nicht aber biologischem) Landbau angeboten.

Im Bereich der Polizei werden bei der Hessischen Polizeiakademie aus wirtschaftlichen Gründen nur in Ausnahmefällen Produkte aus biologischem Landbau angeboten. Obst und Gemüse aus der Region werden innerhalb der jeweiligen saisonalen Gegebenheiten und unter Berücksichtigung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen bevorzugt verwendet.

In der Cafeteria der Bereitschaftspolizeiabteilung in Lich werden auch regionale Back- und Wurstwaren angeboten. Produkte aus biologischem Anbau werden dann angeboten, wenn dies das Preis- Leistungsverhältnis zulässt. Die Anlieferung warmer Mahlzeiten erfolgt im Pilotversuch durch ein Unternehmen, das bevorzugt Produkte aus regionalem, wie auch aus kontrolliertem biologischem Anbau verwendet.

In der Kantine der Bereitschaftspolizeiabteilung in Mühlheim werden die Lebensmittel zu 80 v.H. aus der Region und den angrenzenden Bundesländern bezogen. Die Verwendung von Produkten aus biologischem Anbau wird angestrebt, lässt sich aber aus finanziellen Gründen derzeit nicht realisieren.

Die Produkte der Verpflegungseinrichtung der Hessischen Landesfeuerwehrschule werden überwiegend von regionalen Zulieferern bezogen. Die eigentliche Herkunft der Produkte ist jedoch sehr unterschiedlich, so dass ein konkretes Anbieten mit dem Hinweis auf Produkte aus regionalem oder biologischem Anbau nicht erfolgt.

Die Kantine des HMdIS sowie die Kantinen des Regierungspräsidiums Darmstadt sowie der Hochschule für Polizei und Verwaltung in der Liegenschaft der Abteilung Gießen werden von privaten Pächtern betrieben.

Beim Pächter der Kantine des HMDIS erfolgt der Einkauf zentral beim Unternehmen mit Sitz in Wiebelsheim (Rheinland-Pfalz) unter Berücksichtigung von Rohstoffen aus regionalem Anbau. Eine direkte Regionalität ist damit - außer im Frischebereich - nicht gegeben. Zukünftig ist beabsichtigt, dass die Speisekarte ein bis zwei Biogerichte enthält.

Das Regierungspräsidium Gießen sowie das Landesamt für Verfassungsschutz haben keine Kantine.

Nach Auskunft des privaten Pächters der Kantine des Regierungspräsidiums Darmstadt wird ein Teil der Lebensmittel (Gemüse, Obst, Kartoffelprodukte und Fleisch) aus regionalem Anbau betrieben.

Der private Pächter der Kantine der Hochschule für Polizei und Verwaltung in Gießen bietet Essen an, für das auch Zutaten aus regionalem und biologischem Landbau verwendet werden.

Im Bereich des Ministeriums für Wissenschaft und Kunst (HMWK):

In allen Verpflegungseinrichtungen der Studentenwerke (Mensen, Cafeterien) bei den Hochschulen des Landes Hessen werden Produkte aus regionalem und/oder biologischem Landbau angeboten.

Beispiele aus den Studentenwerken:

Das Studentenwerk Frankfurt am Main hat sich für die Einführung von MSC-Fisch zertifizieren lassen. MSC setzt sich für die Erhaltung der Fischarten und Umweltschutz ein. Man ist bestrebt, umweltgerechte und nachhaltige Lebensmittel zu verwenden, wo dies möglich ist. Dazu zählen regionale Anbieter, die wegen der kurzen Anfahrtswege bevorzugt werden; dabei kommen beispielsweise auch Fleisch und Wurst aus der Region bzw. Deutschland und Obst und Gemüse je nach Saison aus der Region. Für Rührei und andere Eiergerichte wird Bio-Vollei, für frische und gekochte Eier werden Freiland Eier verwendet.

Beim Studentenwerk Darmstadt kommen Milchprodukte, Mineralwässer und Korn für die Backwaren zu 100 v.H. aus Hessen. Frischer Salat, Gemüse und Obst kommen zur saisonalen Erntezeit direkt aus der Region. Frisches Schweine-, Kalb- und Rindfleisch kommt aus regionalen Schlachthöfen, was ca. 90 v.H. des angebotenen Schweine-, Kalb- bzw. Rindfleisches ausmacht. Geflügel kommt zu 100 v.H. aus Deutschland, Wildfleisch (angeboten in der Saison) zu 100 v.H. aus Hessen.

Seit 2012 stammen 100 v.H. der reinen Nudelprodukte aus biologischem Anbau.

Das Studentenwerk Marburg ist ein zertifizierter Betrieb der "MGH GUTES AUS HESSEN", d.h., in allen Verpflegungsbetrieben werden Lebensmittel der Qualitätsmarke "Geprüfte Qualität - Hessen" - je nach Verfügbarkeit - eingesetzt. Unter anderem werden Kartoffeln, Backwaren und Salate von zertifizierten Betrieben der "MGH GUTES AUS HESSEN" bezogen. Darüber hinaus gibt es saisonale Aktionen wie Spargel-, Erdbeer-, Apfel-, Schnitzel- und Wildwochen, in denen jeweils die Produkte aus der Qualitätsmarke eingesetzt werden.

Im Bereich des Ministeriums für Wissenschaft und Kunst (HMWK):

Die Kantine im HMWK verwendet laut Auskunft des externen Pächters soweit möglich regionale Produkte, sofern es sich mit dem Preisangebot der Speisen vereinbaren lässt. Durch Umfragen bei den Gästen, ebenso wie bei der Menüwahl zeigt sich deutlich, dass der Fokus hauptsächlich darauf gerichtet ist, vegetarische Gerichte zu wählen, die einen Verkaufsanteil von fast 40 v.H. ausmachen.

Daher wird täglich ein vegetarisches Gericht angeboten und der Schwerpunkt dabei auf Vollwerternährung gesetzt, wie z.B. Mehrkornbratlinge mit frischem Wildkräutersalat.

Bei der täglichen Menügestaltung wird versucht, saisonale Angebote wahrzunehmen, wie Wiesbadener Kelteräpfel von Wiesbadener Höfen und Frauensteiner Kirschen oder den Speiseplan durch den Einkauf auf dem nahe gelegenen Wochenmarkt zu beschicken.

Im Bereich des Kultusministeriums (HKM):

Auch der Kultusbereich verfügt nicht über landeseigene Einrichtungen im Sinne von Landesbetrieben. Vielmehr werden die Schulmensen durch den jeweiligen Schulträger verantwortet.

Das HMUELV und das HKM stellen durch die Finanzierung der "Vernetzungsstelle Schulverpflegung" eine Beratungs- und Fortbildungseinheit für den Bereich der Schulverpflegung zur Verfügung, die am Amt für Lehrerbildung angesiedelt ist. Die Vernetzungsstelle Schulverpflegung ist unter anderem eingebunden in das Bundesprogramm "Bio kann jeder" und führt hierzu Veranstaltungen (Fortbildungsveranstaltungen und Workshops regional und überregional) durch. Themen der Nachhaltigkeit (Regionalität, ökologischer Anbau) sind Bestandteil des Beratungs- und Fortbildungsangebots der Vernetzungsstelle. Modellcharakter hat hierbei die Kooperation mit dem Schulträger der Stadt Fulda.

Im Bereich des Ministeriums für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung (HMWVL):

Die Kantine des HMWVL wird von einem privaten Pächter betrieben. Dieser legt eigenen Aussagen zufolge großen Wert darauf, regionale Produkte zu verwenden. Überregionale Produkte würden insbesondere dann verwendet, wenn entsprechende regionale Produkte nicht vorhanden seien. Es werde bewusst auf exotische Lebensmittel verzichtet. Nachdem 2010 an einem "Tag der Nachhaltigkeit" mit gutem Erfolg ausschließlich regionale Speisen angeboten wurden, soll diese Aktion im Herbst 2012 mit einer "regionalen Woche" fortgesetzt werden. In dieser Woche soll ebenfalls vollständig auf überregionale Produkte verzichtet werden.

Bei den nachgeordneten Dienststellen im Geschäftsbereich des HMWVL existieren weder landeseigene noch verpachtete Kantinen.

Im Bereich der Staatskanzlei:

Der Geschäftsbereich der Staatskanzlei verfügt nicht über landeseigene Einrichtungen im Sinne von Landesbetrieben. Die einzige Kantine im Geschäftsbereich wird in der Staatskanzlei von einem privaten Pächter betrieben.

Die Kantine in der Staatskanzlei verwendet laut Auskunft des Pächters Backwaren, Eier und Geflügel aus der Region. Obst und Gemüse werden über Händler bezogen, die ihre Ware zum Teil und je nach Saison von regionalen Anbietern beziehen. Produkte aus biologischem Anbau werden dann angeboten, wenn dies das Preis-Leistungsverhältnis zulässt.

Im Bereich des Ministeriums der Finanzen (HMdF):

In der Kantine des HMdF wird je nach Angebot/Saison Obst und Gemüse auch von regionalen Anbietern bezogen. Ein verbundenes Unternehmen wirbt damit, dass es zur Herstellung seiner Fertiggerichte Lebensmittel aus der Region bezieht. Im Übrigen wird ausschließlich biologisch erzeugter und fair gehandelter Kaffee angeboten.

Im Geschäftsbereich des HMdF werden keine landeseigenen Kantinen betrieben. Entweder sind die Kantinen verpachtet oder sie werden von einem Kantinenverein unterhalten. Bei beiden Varianten handelt es sich um rechtlich selbständige Gebilde, auf deren Produktauswahl von Seiten des HMdF keinerlei Einfluss genommen wird. Aus dem Grund kann für die im Geschäftsbereich betriebenen Kantinen keine Aussage bezüglich Regionalität oder Anbauart der Produktauswahl getroffen werden.

Eine Ausnahme besteht bei der vom Hessischen Immobilienmanagement betriebenen Kantine im Studienzentrum Rotenburg an der Fulda. Dort werden Lieferanten aus der Region bevorzugt. Dies betrifft den Bereich Backwaren, Brot, Brötchen, Obst und Gemüse. Ebenfalls wird ein Großteil der Fleischteile (Frischfleisch) bei einem Lieferanten aus der Region bezogen.

Im Bereich des Ministeriums der Justiz, für Integration und Europa (HMdJIE):

Die Kantine im HMdJIE wird von einem externen Pächter betrieben. Nach dessen Auskunft verwendet er überwiegend regionale Produkte von ortsansässigen Anbietern.

So bezieht die Kantine des Ministeriums der Justiz, für Integration und Europa Backwaren eines Wiesbadener Bäckers (Bäckerei Kuhfus), Fleischwaren einer Metzgerei aus Mainz-Kastel (Metzger Bauer), Milchprodukte von der Molke-
rei Schwälbchen aus Bad Schwalbach und Gemüse- bzw. Salatprodukte eines Wiesbadener Gemüsehändlers (Bucak).

Die Gerichte und Staatsanwaltschaften haben keine Verträge mit Kantinenpächtern und können daher keine Angaben zu der Frage machen.

Wiesbaden, 11. September 2012

Lucia Puttrich

Anlagen

Verteilung Landwirtschaftlicher Direktvermarkter 2010 nach Regierungsbezirken

Regierungsbezirk	Landwirtschaftliche Betriebe mit Einkommenskombinationen 2010 darunter Verarbeitung und Direktvermarktung landw. Erzeugnisse	Fischzucht und Fischerzeugung
Regierungsbezirk Darmstadt	421	3
Regierungsbezirk Gießen	200	5
Regierungsbezirk Kassel	331	7
Hessen gesamt	952	15

Quelle: Statistisches Landesamt 2011

Nach dem Statistischen Landesamt gab es im Jahr 2010 in Hessen 952 Direktvermarkter und 15 der Fischzucht und Fischerzeugung. Der größte Anteil der Direktvermarkter befindet sich in Südhessen, der stärkste Kreis ist Fulda.

Organisiert sind im Dachverband der Vereinigung der Hessischen Direktvermarkter rd. 400 Direktvermarkter, rd. 552 sind nicht organisiert.

Übersicht wirtschaftlich relevanter Regionalinitiativen in Hessen (s. Zeilen 3-12)

Übersicht wirtschaftlich relevanter Regionalinitiativen in Deutschland 2011

Land	Marke	Regionsgrenze	Erzeuger-, Verarbeiter- und Vermarkter-standards	Produktionstiefe (Erzeuger, Verarbeiter)	Kontrollsystem, Zertifizierung	Zusatz-kriterien	duales Modell
HB	Bremer Erzeuger-Verbraucher-Genossenschaft e.G					Bio; gentechnikfrei	
HB	Weserklasse	Stadt, Landkreise	Nachhaltigkeitsprinzipien, weitere (plausible, glaubwürdige, überprüfbare) Kriterien jeweils mit Partnern entwickelt; Verarbeitung: fachgerechte Verarbeitung in der Region	Monoprodukte: Haupt- und Vorprodukte aus Region, Ausnahmen bei Nicht-Verfügbarkeit; Verarbeitete Produkte: Hauptrohstoff zum überwiegenden Teil aus Region	Betriebskontrolle, Stichprobenartige Flächenkontrolle (intern), später zusätzlich neutrales Institut	z.T. Bio; gentechnikfrei	regionale Vermarktung möglichst unter Nutzung vorhandener Partner und Handelsstrukturen; soz. Nachhaltigkeit
Bremen		2					
HE	LandMarkt						
HE	Gutes aus Waldhessen	Randunschärfen				z.T. Bio	Aufbau und Sicherung einer regionalen Kreislaufwirtschaft
HE	Rhöner Weideochsen	Landschaftsraum über Bundesländer BY, TH, HE	Anbau umweltschonend, ohne chemischen Pflanzenschutz, mit eingeschränkter Mineraldüngung ; kein Mais/Importfuttermittel. Im Winter Fütterung mit Heu und Getreideschrot; Vermarktung: Kennzeichnung unter Angabe der Lieferanten	Geburt Kälber in der Rhön, regionales Futter		Tierwohl; Naturschutz	Erweiterung der Vernetzung, Stärkung der ländliche Strukturen; Erhalt der nebenerwerblichen Landwirtschaft
HE	Aus der Rhön für die Rhön	Landschaftsraum über Bundesländer BY, TH, HE	Verarbeitung von regional erzeugten Lebensmitteln in Gerichten	Erzeugung, Verarbeitung in der Region	Zertifizierung mit Silberdisteln	Tierwohl; Naturschutz; Erhaltung bedrohter Arten	Enge Zusammenarbeit mit Slow-Food und Rhönklub und ARGE Rhön
HE	Rhöner Apfelinitiative	Landschaftsraum über Bundesländer BY, TH, HE		Erzeugung, Verarbeitung in der Region			
HE	Rhöner Durchblick	Landschaftsraum über Bundesländer BY, TH, HE	Regionalvermarktung hochwertiger Produkte aus heimischer Erzeugung in eigenen Hofläden und Regionalfladen				

Übersicht wirtschaftlich relevanter Regionalinitiativen in Deutschland 2011

Land	Marke	Regionsgrenze	Erzeuger-, Verarbeiter- und Vermarkter-standards	Produktionstiefe (Erzeuger, Verarbeiter)	Kontrollsystem, Zertifizierung	Zusatz-kriterien	duales Modell
HE	Meissner Lamm	Landschaftsraum	Hüteschäfer; kein Zufüttern von Getreide; Lämmer haben 6-8 Monate Zeit heranzuwachsen	Erzeuger und Verarbeiter in der Region			
HE	Branden-steiner Bio-Apfelsaft	Rand-unschärfen	EG-Öko-Verordnung	Erzeugung, Verarbeitung und Vermarktung in der Region	zertifiziert nach EG-Öko-Verordnung	Bio	
HE	Lamm-Spezialitäten vom Taunus	Landschaftsraum		Erzeugung, Verarbeitung und Vermarktung in der Region	zertifiziert nach EG-Öko-Verordnung	Bio	
HE	Gutes vom Welterbe Mittelrhein	Landschaftsraum	Vermarktung im Regionalregal				
Hessen		10					
HH	"Aus der Region für die Region"	noch in Entwicklung					
HH	nordisch frisch	Rand-unschärfen		Gastronomie: Wareneinsatz zu mind. 60% aus regionalem Anbau			
Hamburg		2					
MV	Das Beste von Rügen	Naturraum	Erzeuger: Bestimmte aufgelistete Produkte sind antragsfähig; Frische, Herstellernachweis, artgerechte und überwachte Tierhaltung, gesundheitliche Unbedenklichkeit der Inhaltsstoffe, Vermeidung von langen Transportwegen	Herkunftszeichen in 2 Stufen: "Original Rügen Produkt"; Erzeugung des wertbestimmenden Anteils; "Rügen Produkt"; Rohstoffe nicht von Rügen da nicht/nicht in ausreichender Menge auf Rügen erzeugt	Antragstellung; Antragsprüfung durch Zertifizierungskommission; ggf. Vergabe des Herkunftszeichens für 3 Jahre, dann erneute Antragstellung und Prüfung	Tierwohl	Hauptveredelungsstufe auf Rügen, geistig schöpferische Tätigkeit/Entwicklung von einer Rügener Person/einem Rügener Unternehmen

Quelle: Gutachten für BMELV „Entwicklung von Kriterien für ein bundesweites Regionalsiegel vom 16.01.2012“, S. 15, 16 Anhang - der Bietergemeinschaft FiBL Deutschland/MGH GUTES AUS HESSEN Kasseler Straße 1a, 60486 Frankfurt am Main