

KLEINE ANFRAGE

des Abgeordneten Prof. Dr. Fritz Tack, Fraktion DIE LINKE

**Entwicklung und Nutzung von Herkunftsbezeichnungen für Lebensmittel
(Regionalmarken)**

und

ANTWORT

der Landesregierung

1. Welche Initiativen, die sich für die Vermarktung regionaler Produkte einsetzen, sind in unserem Land tätig und wie wird deren Wirksamkeit durch die Landesregierung bewertet (bitte nach Regionen und Vermarktungsschwerpunkten auflisten)?

Der Landesregierung sind folgende Initiativen bekannt:

1. 22 Erzeugergemeinschaften (mindestens sieben konventionell wirtschaftende landwirtschaftliche Unternehmen), davon bezüglich der Produktion
Milch: fünf,
Rind- und Schweinefleisch: drei,
Geflügel: drei,
Kartoffeln: vier,
Getreide und Raps: sechs,
Honig: eine.
2. Vier Erzeugerzusammenschlüsse (mindestens fünf ökologisch wirtschaftende landwirtschaftliche Unternehmen) davon bezüglich der Produktion
Rind- und Schweinefleisch: drei,
Eier, Kartoffeln: einer.

3. ländlichfein: Zusammenschluss von 25 Gastronominnen und Gastronomen und 24 landwirtschaftlichen Produzentinnen und Produzenten; Region: Aktiv in ganz Mecklenburg-Vorpommern; Vermarktungsschwerpunkt: Annähernd vollständige Produktpalette.
4. landaktiv e. V. mit vier Mitgliedern und fünf Partnerinnen und Partnern; Region: Aktiv in ganz Mecklenburg-Vorpommern; Vermarktungsschwerpunkt: Annähernd vollständige Produktpalette.
5. Rügen Produkte e. V. mit 37 Mitgliedern, sieben fördernden und acht assoziierten Mitgliedern; Region: Stralsund und Insel Rügen; Vermarktungsschwerpunkt: Annähernd vollständige Produktpalette.
6. Erzeugerorganisation Mecklenburger Ernte mit 28 Mitgliedern aus den Bundesländern Mecklenburg-Vorpommern (11 Mitglieder), Brandenburg, Niedersachsen und Hamburg sowie aus Spanien, Portugal, Polen und Rumänien; Region: Bundesweit; Vermarktungsschwerpunkt: Obst und Gemüse.
7. Die Vermarktungsinitiative „BiosphärenRind“ an Elbe und Schaalsee; Befindet sich in der Gründungsphase.

Initiativen zum Aufbau regionaler Absatzwege werden von der Landesregierung begrüßt, da sie für alle Beteiligten grundsätzlich einen Mehrerlös gegenüber dem Absatzweg Groß- und Einzelhandel zur Folge haben.

2. Welche Unterstützung können die regionalen Vermarktungsinitiativen von der Landesregierung erhalten und wie hat diese Unterstützung sich gegebenenfalls in den letzten fünf Jahren entwickelt?

Über die Richtlinie „Absatzförderung“ können Zuwendungen für die Förderung von Kommunikationsmaßnahmen zur Verbesserung des Absatzes land-, fisch- und ernährungswirtschaftlicher Erzeugnisse und Qualitätsprodukte gewährt werden.

Die Unterstützung für Projekte, die der regionalen Vermarktung zugerechnet werden können, lag in den letzten fünf Jahren zwischen 20.000 und bis zu 50.000 Euro jährlich. Ein Trend ist bei der Zahl der Anträge nicht erkennbar.

3. Welche Maßnahmen zur Entwicklung regionaler Vermarktungsinitiativen sind von der Landesregierung geplant?

Im Rahmen des Masterplans Land- und Ernährungswirtschaft wird auch der Themenkreis Direktvermarktung und Regionalmarketing berücksichtigt und werden Akteurinnen und Akteure eingebunden. Konkrete Projekte werden von den Ergebnissen im Rahmen der Erarbeitung des Masterplans abhängig sein.

Im Übrigen beinhaltet auch die Bewerbung des Landkreises Vorpommern-Greifswald am Modellprojekt „LandZukunft“ des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz eine Maßnahme der Vermarktung regionaler Produkte. Diese würde bei Auswahl der Region durch die Jury am 28.03.2012 noch in diesem Jahr über das damit zur Verfügung stehende Regionalbudget realisiert.

4. In welchem Umfang sind die nach EU-Verordnung (EG) Nr. 1898/2006 vom 14. Dezember 2006 und weiteren EU-Vorschriften zum Schutz von geografischen Angaben und Ursprungsbezeichnungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel möglichen Alleinstellungsmerkmale, wie „geschützte Ursprungsbezeichnungen“ (g. U.), „geschützte geographische Angaben“ (g. g. A.) oder „garantiert traditionelle Spezialitäten“ (g. t. S.) in unserem Land beantragt oder bereits verliehen worden?

Es gibt in Mecklenburg-Vorpommern keine Produkte, die gemäß den Verordnungen EG-VO Nr. 510 / 2006 („geschützte Ursprungsbezeichnungen“ (g. U.), „geschützte geographische Angaben“ (g. g. A.) und EG-VO Nr. 509/2006 „garantiert traditionelle Spezialitäten“ (g. t. S.) einen europaweiten Schutzstatus haben.

Beim Deutschen Patent- und Markenamt, der nationalen Prüfung vor der EU-Prüfung, liegt ein Antrag des Vereins „Pommersche Fleisch- und Wurstwaren e. V.“ zum Schutz der drei Produkte „Pommersche Schlackwurst“, „Pommersche Leberwurst“ und „Pommersche Fleischblutwurst“ vor, der sich noch in der Prüfungsphase befindet.

5. Welche Position hat Mecklenburg-Vorpommern diesbezüglich im Vergleich zu anderen Bundesländern?

In Deutschland gibt es nach Kenntnis der Landesregierung aktuell 79 Produkte, die einen Schutzstatus gemäß EG-VO Nr. 510 / 2006 haben. Mecklenburg-Vorpommern ist eines der Bundesländer, die kein nach EU-Status geschütztes Produkt haben.

6. Welche Ursachen gibt es dafür, dass von diesen Optionen nicht stärker Gebrauch gemacht wird?

Die Landesregierung schätzt ein, dass der Schutzstatus nach EU-Recht von den Unternehmen nicht angestrebt wird, weil der Prozess der Unterschutzstellung aufwendig und langwierig ist und dem keine entsprechenden Erlösvorteile gegenüberstehen.

7. Gibt es Vorstellungen, diese Optionen künftig u. a. auch gemeinsam mit dem Agrarmarketing Mecklenburg-Vorpommern e. V. stärker zu nutzen?

Die Landesregierung ist der Auffassung, dass der EU-Herkunftsschutz ein Marketinginstrument darstellt, dessen Bedeutung zunehmen wird. Die Initiative zur Gründung von Schutzgemeinschaften für Produkte muss grundsätzlich von den Wirtschaftsbeteiligten ausgehen. Die Landesregierung forciert diesen Prozess und finanziert jährlich mit rund 25.000 Euro aus dem Titel Absatzförderung Maßnahmen zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades der EU-Richtlinien wie auch Maßnahmen zur Unterstützung weiterer Aktivitäten.

8. Welche Initiativen hat die Landesregierung bisher im Bundesrat gegenüber der Bundesregierung und der EU-Kommission eingeleitet, um die Regionalvermarktung und deren Initiatoren stärker zu unterstützen und welche Prioritäten sollen künftig mit welcher Begründung gesetzt werden?

Die Landesregierung sieht die vorhandenen Rahmenbedingungen als ausreichend an. Es wird auf die Antwort zu Frage 7 verwiesen.