



Antwort der Landesregierung auf eine Kleine Anfrage zur schriftlichen Beantwortung

Abgeordneter Hannes Loth (AfD)

Fortbildungs- und andere Maßnahmen für Imker in Sachsen Anhalt über die Agrarmarketinggesellschaft mbH (AMG)

Kleine Anfrage - KA 7/151

Antwort der Landesregierung erstellt vom Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft und Energie

Vorbemerkung:

In Sachsen-Anhalt gibt es derzeit rund 2.060 Imker, die überwiegend im Imkerverband Sachsen-Anhalt e. V. organisiert sind. Von diesen 2.060 Imkern betreiben etwa 20 die Imkerei hauptberuflich. Die übrigen Imker betreiben die Imkerei im Wesentlichen als Hobby.

Für diese große Masse der Imker erfolgt die Fortbildung durch Veranstaltungen des Imkerverbandes Sachsen-Anhalt e. V. und wird durch das Land über die Richtlinie Bienenzuchtsektor vom 28.10.2015 (MBI. LSA 2016 S. 180), zuletzt geändert durch Erlass vom 04.08.2016 (MBI. LSA S. 495), gefördert. Die vorliegende Kleine Anfrage bezieht sich nicht auf diese Fortbildungsmaßnahmen.

Das Angebot der Agrarmarketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH im Bereich Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen des jährlichen Projekts „Weiterbildung und Erfahrungsaustausch für Landwirte“, das auch die Imker mit einschließt, richtet sich dagegen grundsätzlich an Unternehmen der Land-, Ernährungs- und Fischereiwirtschaft. Daher liegt es in der Natur der Sache, dass nur eine kleine Zahl von Imkern an diesen Maßnahmen teilnimmt. Grundsätzlich steht eine Teilnahme an der oben genannten Fortbildung sowie den übrigen von der AMG angebotenen Maßnahmen jedem interessierten Imker frei.

Im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit wurde 2016 erstmalig das Projekt „Schulimkern“ von der AMG durchgeführt, an dem der Imkerverband Sachsen-Anhalt e. V. beteiligt ist.

(Ausgegeben am 05.09.2016)

1. Wie viele Fortbildungsangebote bot die AMG in den Jahren 2011, 2012, 2013, 2014, 2015 an?

Die AMG bietet im Bereich Öffentlichkeitsarbeit jährlich das Projekt „Weiterbildung und Erfahrungsaustausch für Landwirte“ mit Schwerpunkt Direktvermarkter an. Die Auftaktveranstaltung als eintägige Fortbildung findet jeweils in Bernburg statt.

2. Wie viele Imker nahmen an den Fortbildungsangeboten der AMG in den genannten Jahren teil?

In den genannten Jahren nahmen insgesamt 14 Imker an dem o. g. Fortbildungsangebot teil.

3. Wie viele Imker nahmen an den Marketingmaßnahmen der AMG in den genannten Jahren teil?

Eine Teilnahme von Imkern in den genannten Jahren gab es bei folgenden aus der Vielzahl der von der AMG durchgeführten Marketingmaßnahmen:

- Präsentation von Unternehmen der Land- und Ernährungswirtschaft Sachsen-Anhalts auf der Internationalen Grünen Woche in Berlin:
Jeweils ein Imker mit eigenem Stand (außer 2012). Teilweise waren Imker auch an den Ständen der Landkreise vertreten.
- Unterstützung von Direktvermarktern und kleinen Lebensmittelproduzenten bei Aktivitäten für Lieferung in den Lebensmitteleinzelhandel:
In den Jahren 2014 und 2015 jeweils ein Imker sowie zwei Imker im Jahr 2010.
- Produkteinkaufsführer für landwirtschaftliche Qualitätsprodukte von Direktvermarktern und Kleinstproduzenten zur Absatzunterstützung in Sachsen-Anhalt:
Direktvermarkterbroschüre 2011: vier Imker
Direktvermarkterbroschüre 2015: sechs Imker

Darüber hinaus waren Imker jeweils auch auf den von der AMG durchgeführten und von MULE geförderten Landwirtschaftsfesten wie dem Landeserntedankfest in Magdeburg, dem Harzer Landwirtschaftsfest in Reinstedt und dem Erntedank-Bauernmarkt in Halle vertreten. Einzelne Teilnehmerzahlen dazu werden im MULE jedoch nicht erfasst.

4. Wie hoch sind die durch diese Maßnahmen der AMG anfallenden Kosten?

Internationale Grüne Woche Berlin 2015:
Gesamtkosten (brutto) 713.300 €

Unterstützung Direktvermarkter zur Lieferung in den Lebensmitteleinzelhandel 2015:

Gesamtkosten (brutto) 33.950 €

Direktvermarkterbroschüre 2015:

Gesamtkosten (brutto) 53.550 €

5. Wer trägt diese Kosten?

Die Kosten werden anteilig durch das Land zu jeweils projektspezifischen Anteilen im Rahmen der Gewährung von Fördermitteln sowie der Restbetrag durch die am Projekt beteiligten Unternehmen als Eigenanteil getragen.

Internationale Grüne Woche Berlin 2015:

Förderung 475.000 € Eigenanteil 238.300 €

Unterstützung Direktvermarkter zur Lieferung in den Lebensmitteleinzelhandel 2015:

Förderung 17.100 € Eigenanteil 16.850 €

Direktvermarkterbroschüre 2015:

Förderung 36.000 € Eigenanteil 17.550 €

6. Gibt es ein Monitoringprogramm, um die Erfolge der angebotenen Maßnahmen zu evaluieren? Wenn ja, wie erfolgreich waren diese Maßnahmen der AMG in den oben genannten Jahren?

Ein Monitoring erfolgt projektspezifisch.

Bei der Internationalen Grünen Woche wird die Öffentlichkeitswirksamkeit an Hand der Medienpräsenz und der Rückmeldung der Aussteller betrachtet. In den letzten Jahren gab es ein breites positives Medienecho. Die Aussteller waren in der Regel sehr erfolgreich, weshalb viele Unternehmen jedes Jahr wieder an der Messe teilnehmen.

Bei der Unterstützung von Direktvermarktern und kleinen Lebensmittelproduzenten für eine Lieferung ihrer Produkte in den Lebensmitteleinzelhandel ergibt sich der Erfolg der Maßnahme daraus, dass die beteiligten Unternehmen, die bisher nicht die Voraussetzungen für eine Lieferung ihrer Produkte in den Lebensmitteleinzelhandel erfüllten, nach der Projektteilnahme über diese Fähigkeit verfügen. Anschließend beliefern die Direktvermarkter dann einzelne Märkte, mehrere Märkte oder sogar das Zentrallager.

Zur Direktvermarkterbroschüre siehe Antwort zu Frage 8.

7. Wo wird die von der AMG aufgelegte „Direktvermarkter-Broschüre“ vertrieben?

Die 2015 in einer Auflage von 35.000 Exemplaren hergestellte Broschüre liegt landesweit in zahlreichen öffentlichen Einrichtungen sowie bei den Direktvermarktern aus und kann dort kostenfrei mitgenommen werden. Darüber hinaus

kann die Broschüre als PDF-Datei aus dem Internet heruntergeladen werden. Entsprechende Links finden sich auf den Internetseiten der AMG und auf den Internetseiten von www.direktvermarkter-lsa.de. Außerdem kann die Broschüre dort gegen Erstattung der Versandkosten bezogen werden.

- 8. Gibt es ein Monitoringprogramm, um die Erfolge der Broschüre zu evaluieren? Wenn ja, wie erfolgreich war diese Maßnahme in den oben genannten Jahren?**

Ein spezielles Monitoringprogramm zur Direktvermarkterbroschüre ist nicht erforderlich, da sich der Erfolg dieser Broschüre an der entsprechenden Nachfrage zeigt. Von der Direktvermarkterbroschüre 2015 wurden bisher rund 26.000 Exemplare verteilt. Monatlich werden weiterhin zwischen 25 und 50 Broschüren an Interessenten verschickt. Zusätzlich sind die Internetseiten von www.direktvermarkter-lsa.de mit der Möglichkeit des Herunterladens der jeweils aktuellen Direktvermarkterbroschüre in den letzten drei Jahren monatlich zwischen 2.000 und 4.500 Mal aufgerufen worden. Zudem berichten die Direktvermarkter über das große Interesse ihrer Kunden an dieser Broschüre.

- 9. Gibt es direkte Erfolge, bei denen Imkern der Zugang zu Einzelhandelsfirmen erleichtert werden konnte? Wenn ja, bei welchen Märkten und in welchen Regionen von Sachsen-Anhalt?**

Derzeit beliefern 13 Imker den Lebensmitteleinzelhandel in Sachsen-Anhalt. Differenzierte Angaben zu einzelnen Märkten und Regionen liegen nicht vor. Über eines der Unternehmen der Imkerei ist jedoch bekannt, dass es Einzelhandelsfirmen im Jerichower Land beliefert.