

**Rede
von**

Thordies Hanisch, MdL

zu TOP Nr. 20

Abschließende Beratung

**Regionale und direkte Vermarktung unterstützen
und fördern**

Antrag der Fraktion der SPD und der Fraktion der CDU – Drs. 18/1403

während der Plenarsitzung vom 27.02.2019
im Niedersächsischen Landtag

Es gilt das gesprochene Wort.

Anrede,

ich freue mich, heute hier zu stehen und den vorliegenden Antrag mit einer hoffentlich breiten Mehrheit zu beschließen.

Was ist die Ausgangslage? – Landwirte stehen vor Herausforderungen. Fehlende Hofnachfolge, rechtliche Rahmenbedingungen, die sich für mehr Tierwohl, Umwelt- und Verbraucherschutz ändern, und Vermarktungsstrukturen mit den damit einhergehenden Auflagen. Das alles führt leider immer wieder zu der Entscheidung: „Ich kann meinen Betrieb nicht mehr wirtschaftlich halten“.

Der vorliegende Antrag stellt für Landwirte einen Ansatz dar, um ihren Betrieb auf wirtschaftlichere Füße zu stellen. Es geht um die Förderung von Direktvermarktung in den unterschiedlichsten Ausprägungen. Und dabei ist klar: Nicht jeder will und nicht jeder kann direkt vermarkten. Aber manche wollen und brauchen Unterstützung beim Können, und deswegen fordern wir in diesem Antrag genau das – die Unterstützung von Landwirten beispielsweise bei lebensmittelrechtlichen Fragen, wie der Lebensmittelkennzeichnung.

Wir wollen den Zusammenschluss zu regionalen Vertriebsgemeinschaften weiter stärken, um die Vernetzung und den Austausch zwischen Landwirten zu unterstützen – denn als Gemeinschaft ist man stärker. Solche regionalen Vertriebsgemeinschaften stärken auch die emotionale Bindung in einer Region. Wenn ich beispielsweise Uetzer Zwiebeln kaufe, dann weiß ich, damit habe ich ein Stück Heimat auf dem Teller. Und durch die direkte Vermarktung sind für Landwirte höhere Erträge zu erzielen, da der Zwischenhandel entfällt.

Die digitale Direktvermarktung wollen wir unterstützen. Plattformen wie „kleiner FurchenAdel“ oder „Kaufnekuh“ bieten zwar keinen direkten analogen Kontakt, aber man weiß, woher die Lebensmittel stammen und der Landwirt kann den Preis selbst bestimmen.

Mit der Stärkung des Absatzes regionaler Produkte beispielsweise in Hofläden oder bei der Förderung von Automaten-Direktvertrieben wie Wurstautomaten oder Milchtankstellen wird auch der Lebensmittelverschwendung entgegengewirkt.

Wenn ich bei mir im Dorf sehr kleine oder große Eier, krumme Karotten oder lustige Kartoffeln kaufe, dann freue ich mich, weil ich weiß, die hätten das so auf den Markt nicht geschafft. Entweder der Landwirt hätte weniger Erträge erzielt oder sie wären aus der Wertschöpfungskette rausgeflogen – also weggeschmissen worden, obwohl in diesen Lebensmitteln genauso viel Energie und auch Qualität steckt wie in den 1a-Produkten, die ich in den Regalen finde.

Die Direktvermarktung trägt zu einer wohnortnahen Versorgung in unseren ländlichen Bereichen bei und bietet kurze Transportwege. Aber vor allem der Kontakt zwischen Käufern und Landwirten und die Identifikation mit der Produktionsweise vor Ort bieten großes Potenzial für einen gesellschaftlichen Wandel, den wir gerade in der Beziehung zur Landwirtschaft dringend brauchen.

Um dieses Potenzial für unsere Landwirtschaft, für unsere Verbraucher, für unsere Umwelt und unsere Gesellschaft zu heben, freue ich mich auf Ihre Zustimmung.

Vielen Dank