

**Rede
der Sprecherin für Ernährung, Landwirtschaft und
Fischereipolitik**

Karin Logemann, MdL

zu TOP Nr. 16

Abschließende Beratung

**Direktvermarktung und regionale Wertschöpfung
stärken - zukunftsfähige Landwirtschaft für
Niedersachsen**

Antrag der Fraktion der SPD und der Fraktion Bündnis 90/Die
Grünen– Drs. 19/2750

während der Plenarsitzung vom 18.06.2024
im Niedersächsischen Landtag

Es gilt das gesprochene Wort.

Sehr geehrte Frau Präsidentin, liebe Kolleginnen und Kollegen,

„Kauft regional und saisonal“, forderte am Donnerstag, letzte Woche, eine Kinderstimme im Radio. Sofort war ich angetriggert und drehte lauter.

Die Stimme gehört zu Klara, Schülerin der Grundschule Bredenbeck, Wolfsburg. Diese Schule wurde jüngst von Kultusministerin Julia Willie Hamburg als Siegerschule des Nachhaltigkeitspreises „#ProjektErde – Lasst uns die Zukunft sein“ ausgezeichnet.

Erdbeeren in Brotdosen im Winter hatten den Ausschlag gegeben, darüber wunderten sich die Schüler*innen. Sie recherchierten, dass die empfindliche Frucht viele Kilometer und eine aufwendige Lagerung hinter sich hatte. „Viel Energie für ein wenig Luxus“, beschreiben die Schüler*innen. Das wollten sie nicht vertreten und suchten nach Möglichkeiten, alle Kinder aufzuklären, dass Obst und Gemüse der Jahreszeit entsprechend und regional vorkommend gekauft werden sollte. Ich empfehle dringend die Lektüre dieses Projektes.

Das macht Mut und begeistert und es trifft ganz genau den Kernpunkt unseres Antrags. Der Antrag ist entstanden aus einer Reihe von Gesprächen mit Direktvermarktenden wie auch mit Verbraucher*innen. Daraus resultierte eine Veranstaltung der SPD-Fraktion, zu der Akteure aus der Branche ihre Erfahrungen und ihre Anregungen erläuterten.

In Niedersachsen bewirtschaften 34.040 Betriebe 2.586.900 Millionen Hektar. Davon sind rund 2.620 Betriebe in der Direktvermarktung aktiv, so Zahlen der Landwirtschaftskammer. Das sind immerhin 7,7 Prozent. Trotzdem gibt es Luft nach oben.

Wir haben viel beraten, und vor allem die Anhörung im Ausschuss hat uns noch mal dazu bewogen, unseren ursprünglichen Antrag zu ergänzen. So geht es zum Beispiel um die Frage der Abgrenzung zwischen Direktvermarktung und Lebensmittelhandwerk. Mindestens genauso herausfordernd ist die unbeantwortete Frage „Was ist eigentlich regional?“

Darüber hinaus gibt es Unsicherheit darüber, wie, wo, warum bei Regelungen, wie zum Beispiel Hygienevorschriften oder Verpackungsfragen, verfahren wird. Hier kann ein Leitfaden für Transparenz sorgen.

Natürlich geht es auch um Förderungen sowie die Gestaltung der Richtlinien, aber auch um den Abbau rechtlicher Hürden. Wir wollen Klarheit, weniger Bürokratie und einen breiten Fördermittelzugang. Es geht um Verarbeitung und um Vermarktung, darum Absatzmärkte zu entwickeln und zu stärken.

Einem Förderlotsen kann ich viel abgewinnen – sagen mir die Akteur*innen doch immer wieder, dass sie einer gewissen Hin- und Herschickerei unterliegen. Die Bereitstellung einer solchen Unterstützungsleistung sollte unbedingt geprüft werden. Es geht hier um die landesweite Koordinierung von Initiativen in den Bereichen Direktvermarktung und regionaler Wertschöpfung, aber auch um die Begleitung, um Qualifizierung und Unterstützung.

Schön finde ich es, dass die CDU ihre ablehnende Haltung gegenüber unserem Antrag scheinbar aufgegeben hat. Herr Moorkamp hatte unserem Antrag ja bei der Einbringung noch bescheinigt, unwichtig zu sein, wie es auch im Protokoll nachzulesen ist.

Da die CDU-Fraktion aber im Verlauf der Beratungen einen Änderungsvorschlag eingereicht hat, scheinen zumindest ja nicht alle – und dafür sei Dank – Kolleginnen und Kollegen aus Ihrer Fraktion Ihre Meinung zu teilen, lieber Hartmut Moorkamp. Die Direktvermarktung ist eine Möglichkeit, einen Betrieb auf mehrere Standbeine zu stellen.

Der Deutsche Bauernverband schreibt: „Regionale Lebensmittel liegen im Trend.“ Immer mehr Landwirte erschließen sich neben ihren klassischen Vertriebswegen zusätzliche Einnahmequellen – etwa durch Hofläden oder Stände auf dem Wochenmarkt. Der Trend zu gesunden regionalen Lebensmitteln erleichtert diese Art der Diversifizierung.

Sehr geehrte Kolleginnen und Kollegen, Gesellschaft verändert sich. Zeit und Lust zum Kochen bätten sich mit diversen anderen Anforderungen, Aufgaben und Freizeitgestaltung. Immer häufiger werden – neben dem klassischen Obst, Gemüse, Fleisch, Eiern und anderen Urprodukten – vorgefertigte Lebensmittel nachgefragt, wie der fertige Bohneneintopf, die Hühnersuppe, die Rouladen im Glas und der geschnittene Salat mit dem passenden Dressing aus der Salatbar und viele Gerichte mehr – auch das ist Direktvermarktung.

Die Anforderungen an Qualität und Frische, Rechtsgrundlagen für die Lebensmittelhygiene, Infektionsschutzgesetz, die Gewerbe- und Handwerksordnungen, die Verpackungsordnung, die Lebensmittel- Informationsverordnung, steuerliche Fragen bis hin zu Baugenehmigungsaufgaben – das Tableau der Voraussetzungen und Erfordernisse ist groß. Umso größer ist mein Respekt für alle, die sich hier auf den Weg machen und die – das ist sicher – eine Menge Enthusiasmus und Durchhaltevermögen mitbringen müssen.

Ende letzter Woche hat die CDU noch einen Änderungsvorschlag ins Verfahren geben. Den habe ich mir intensiv angeschaut. Liebe Kolleginnen der CDU, Sie haben viel umgeschrieben, aber inhaltlich nichts verändert.

Der Antrag „Direktvermarktung und regionale Wertschöpfung stärken – zukunftsfähige Landwirtschaft für Niedersachsen“ ist seit Oktober letzten Jahres im Verfahren, er ist reif für die Umsetzung. Wir wollen keine weitere Verzögerung. Wir beantragen, über unseren Änderungsantrag abzustimmen.

Es wäre schön, und an die CDU gerichtet: Weil wir eben so gar nicht auseinanderliegen, wie auch Ihr kurzfristig eingebrachter Änderungsantrag zeigt, wenn es heute eine einstimmige Unterstützung für die Direktvermarktung geben könnte, das wäre dem Thema angemessen. Geben Sie sich einen Ruck – entscheiden Sie.

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.