

### Kleine Anfrage mit Antwort

#### Wortlaut der Kleinen Anfrage

des Abg. Ehlen (CDU), eingegangen am 23. April 1999

#### Werbung für landwirtschaftliche Direktvermarkter

In der Vergangenheit hat es zunehmend Probleme mit dem Aufstellen von Werbetafeln in der Nähe öffentlicher Straßen gegeben. So hat z. B. das Straßenbauamt Verden im Fall eines Landwirts im Landkreis Rotenburg die Entfernung einer Werbetafel verlangt, weil diese auf der Fläche des Landwirts in einem Abstand von 13 m vom Fahrbahnrand der Bundesstraße aufgestellt war. Die Nichtgenehmigung der Werbeanlage wurde damit begründet, daß sonst die Verkehrssicherheit auf der Straße gefährdet sei. Das Problem besteht darin, wie trotz Einhaltens der Verkehrssicherheit dem berechtigten Anliegen der Landwirte, mit Werbetafeln auf den Verkauf selbsterzeugter landwirtschaftlicher Produkte hinzuweisen, Rechnung getragen werden kann.

Ich frage die Landesregierung:

1. Welche Bedeutung hat die Direktvermarktung für die niedersächsische Landwirtschaft?
2. Welchen Anteil hat die Direktvermarktung am Absatz landwirtschaftlicher Erzeugnisse in Niedersachsen?
3. Welchen Anteil hat die Direktvermarktung landwirtschaftlicher Erzeugnisse jeweils in den anderen Bundesländern?
4. In welcher Weise fördert die Landesregierung direktvermarktende landwirtschaftliche Betriebe in Niedersachsen?
5. Wie bewertet sie die von Landwirten für erforderlich gehaltene Werbung für selbsterzeugte landwirtschaftliche Produkte?
6. Ist sie bereit, die Direktvermarkter in Niedersachsen darüber zu informieren, unter welchen Bedingungen das Aufstellen von Werbetafeln rechtlich zulässig ist?
7. Falls Frage 6 mit Ja beantwortet wird: Auf welche Weise beabsichtigt sie den Direktvermarktern entsprechende Informationen zuzuleiten?

(An die Staatskanzlei übersandt am 30. April 1999 – II/721 – 271)

**Antwort der Landesregierung**

Niedersächsisches Ministerium  
für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten  
– 206.1 – 01425 (13) –

Hannover, den 23. Juni 1999

Zu 1:

Die Direktvermarktung eigener und ergänzender landwirtschaftlicher Produkte bietet Betrieben die Möglichkeit, den Wertschöpfungsanteil auf dem Hof zu steigern und erhebliche betriebsgebundene Erwerbseinkommen zu erzielen. Das ist auch der Grund dafür, dass in der agrarpolitischen Diskussion der Direktvermarktung als Möglichkeit zur Einkommensverbesserung verstärkt Aufmerksamkeit gewidmet wird. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass von der Direktvermarktung nur begrenzte Beiträge zur Verbesserung des sektoralen Einkommens zu erwarten sind.

Die Zahl der direktvermarktenden Betriebe in Niedersachsen wird auf 2500 bis 2800 geschätzt. Bei etwa einem Drittel dieser Betriebe hat die Direktvermarktung einen Einkommensanteil von über 10 % am Betriebseinkommen. Bei etwa 10 % dieser Betriebe liegt der Einkommensanteil über 40 %.

Zu 2:

Der Gesamtumsatz der landwirtschaftlichen Betriebe in Deutschland durch Direktvermarktung wird auf ca. 3,5 bis 4 Mrd. DM geschätzt. Das entspricht ca. 7 % der Verkaufserlöse. In Niedersachsen ist der Anteil am Absatz landwirtschaftlicher Erzeugnisse im Rahmen der Direktvermarktung geringer als in anderen Bundesländern. Zahlen darüber liegen im Einzelnen nicht vor.

Zu 3:

In Bayern sollen 4 %, in Baden-Württemberg 13 % der Landwirte in der Direktvermarktung tätig sein, Sachsen beziffert den Anteil der in der Direktvermarktung tätigen Unternehmen auf 7 %.

Zu 4:

Direktvermarktung wird gefördert durch

- Beratung, Information, Aus- und Fortbildung durch die Landwirtschaftskammern und die Marketinggesellschaft für niedersächsische Agrarprodukte.
- Förderung von Investitionsvorhaben im Rahmen des allgemeinen Agrarförderungsprogramms (AFP).

Darüber hinaus soll im Rahmen der im Entwurf vorliegenden Landesmaßnahme die Zusammenarbeit landwirtschaftlicher Betriebe im Rahmen der Direktvermarktung gefördert werden. Die Zustimmung der europäischen Kommission zu dieser Landesmaßnahme liegt allerdings noch nicht vor.

Zu 5:

Der Bedarf an Produkten nachvollziehbar kontrollierter Qualität mit regionalem Bezug scheint zuzunehmen. Dies ist zu begrüßen. Insoweit entspricht Werbung für selbsterzeugte landwirtschaftliche Produkte dem Interesse sowohl der Verbraucher als auch der Landwirte.

Zu 6:

Da es bei der Aufstellung von Werbetafeln sehr auf die örtlichen Verhältnisse ankommt, könnte die Landesregierung nur sehr allgemein gehaltene Informationen herausgeben. Diese Aufgabe wird daher insbesondere von den Landkreisen und kommunalen Gebietskörperschaften sowie den Landwirtschaftskammern und der Marketinggesellschaft wahrgenommen. Durch eine Änderung der Nieders. Bauordnung hat es die Landesregierung 1997 erreicht, dass landwirtschaftliche Betriebe mit Hinweisschildern bis zur Größe von 0,5 m<sup>2</sup> auf ihre landwirtschaftlichen Produkte aufmerksam machen dürfen, ohne dafür eine Baugenehmigung beantragen zu müssen. An klassifizierten Straßen sind allerdings gesetzlich festgelegte Sicherheitsabstände einzuhalten.

Zu 7:

Die Landesregierung ist bereit, den Beratungsinstitutionen die Informationen – soweit erforderlich – zur Verfügung zu stellen.

Bartels