

5411-WP

**Ausschuss für Ernährung, Landwirtschaft und
Verbraucherschutz**

Wortprotokoll

der

38. Sitzung

Mittwoch, 07. 03. 2007, 08.00 Uhr
Sitzungsort: Berlin, Jacob-Kaiser-Haus

Sitzungssaal: 1.302

Öffentliche Anhörung

zum Thema
Gesetzentwurf der Fraktionen der CDU/CSU und SPD
Entwurf eines Gesetzes zur Änderung des Absatzfondsgesetzes
und des Holzabsatzfondsgesetzes
BT-Drs. 16/4149

Vorsitz: Ulrike Höfken, MdB

Einziges Tagesordnungspunkt

S. 12 - 36

Öffentliche Anhörung

zum Thema

Entwurf eines Gesetzes zur Änderung des Absatzfondsgesetzes und des Holzabsatzfondsgesetzes

dazu Stellungnahmen der Sachverständigen¹⁾:

Verbände/Institutionen:

Deutscher Bauernverband

16(10)349-A

Herr Dr. Helmut Born, Generalsekretär
Begleiter: Herr Dr. Wolfgang Krüger
Herr Dr. Frank Wetterich

Ministerium für Landwirtschaft, Umwelt und Verbraucherschutz Mecklenburg-Vorpommern

Keine schriftliche Stellungnahme abgegeben

Herr Dr. Till Backhaus, Minister
Begleiter: Herr Dr. Gerhard Rudolphi

Neuland e. V.

16(10)349-F

Verein für tiergerechte und umweltschonende Nutztierhaltung
Herr Jochen Dettmer, Bundesgeschäftsführer

Verband Deutscher Mühlen e.V.

16(10)349-E

Herr Dipl. Vw. Manfred Weizbauer, Hauptgeschäftsführer

Einzelverständige:

Herr Prof. Dr. Tilman Becker, Geschäftsführender Direktor
des Institutes für Agrarpolitik und Landwirtschaftliche Marktlehre
der Universität Hohenheim

16(10)349-B

Herr Dr. Matthias Cornils, Privatdozent
Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn

16(10)349-D

Herr Claus-Peter Witt, Vorstandsvorsitzender der Uelzena eG

16(10)349-C

Zusätzlich eingegangene Stellungnahme

Herr Dr. Thomas Lange
Agrarmarketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH

16(10)358

Arbeitsgemeinschaft Deutscher Waldbesitzerverbände e. V.

16(10)363

¹⁾ Im Internet sind die Stellungnahmen unter „Stellungnahmen von Sachverständigen (Ausschussdrucksachen)“ abgelegt

Liste der Sachverständigen

Verbände/Institutionen/Bundesländer:

Deutscher Bauernverband

Ministerium
für Landwirtschaft, Umwelt und Verbraucherschutz Mecklenburg-Vorpommern

Neuland e. V.
Verein für tiergerechte und umweltschonende Nutztierhaltung

Verband Deutscher Mühlen e. V.

Einzel-sachverständige:

Herr Prof. Dr. Tilman Becker
Lehrstuhl für Agrarmärkte und Agrarmarketing
Institut für Agrarpolitik und Landwirtschaftliche Marktlehre
der Universität Hohenheim

Herr Dr. Matthias Cornils
Privatdozent Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn

Herr Claus-Peter Witt
Uelzena eG

Fragenkatalog

Fraktion der CDU/CSU und SPD

- Wie beurteilen Sie die vorgesehene Anlastung der Kosten, die der BLE bei der Erhebung der Fondsbeiträge entstehen, auf die beiden Fonds und halten Sie eine Übergangsregelung angesichts der Verzögerung bei der Novelle für notwendig oder gerechtfertigt?
- Welche umsetzbaren Möglichkeiten der Einsparung von Verwaltungskosten in der BLE sehen Sie, um die beiden Fonds nicht über Gebühr zu belasten?
- Entspricht die vorgesehene Entflechtung der Aufsichtsgremien der so genannten „good governance“ und welche Auswirkungen sehen Sie für die Arbeit des Absatzfonds und seiner Ausführungsgesellschaften?
- Kann die Gruppe der Land- und Forstwirtschaft einer definierten Gruppe zugeordnet werden? Wie beurteilen Sie die geplante Stärkung der Gruppe der Beitragszahler im Verwaltungsrat des Absatzfonds?
- Findet das Instrument der Absatzförderung auch Anwendung in anderen Mitgliedsstaaten der Gemeinschaft? Gibt es dort vergleichbare Absatzförderungsstrukturen und welche Elemente könnten gegebenenfalls auf das deutsche System übertragen werden?
- Halten Sie das Konstrukt des Absatzfonds mit zwei Durchführungsgesellschaften (§ 2 Absatz 2 AbsFondsG) für sinnvoll und Ziel führend, die gesetzlich erteilten Aufgaben des Absatzfonds zu erfüllen?
- Sehen Sie die verfassungsrechtlich notwendige Gruppennützigkeit und die Anforderungen der europäischen Rahmenregelung für staatliche Beihilfen mit dem Anspruch an mehr Regionalität der Marketingmaßnahmen vereinbar?
- Halten Sie das nach Gesetzesänderung geltende Absatzfondsgesetz konform mit der deutschen Verfassung und mit der europäischen Rahmenregelung für staatliche Beihilfen vereinbar?

Fraktion der FDP

- Werbung durch die CMA
 - a) Sehen Sie durch das Verbot des EuGH, die nationale Herkunft von landwirtschaftlichen Produkten zu bewerben, die zentrale Werbung durch die CMA beeinträchtigt?
 - b) Begünstigt die allgemeine Werbung landwirtschaftlicher Produkte nicht ebenso die importierten landwirtschaftlichen Produkte?
 - c) Wie soll die Gruppennützigkeit der Werbung auch für die Sparten der landwirtschaftlichen Produktion sichergestellt werden, die nicht zu den Hauptprodukten wie Fleisch und Milch zählen?
 - d) Welchen Sinn sehen Sie in der allgemeinen Werbung für beispielsweise Milch oder Fleisch?
 - e) Wie soll es gelingen, dem Kunden ganz allgemein über die Werbung der CMA die Werthaltigkeit von landwirtschaftlichen Produkten zu vermitteln und halten Sie diesen Ansatz für Erfolg versprechend in der Konkurrenz zu anderen Konsumprodukten?
- Wie bewerten Sie die Effizienz der Verwendung der Absatzfondsmittel?
- Exportförderung
 - a) Wie weit nützt die Exportförderung wirklich der produzierenden Landwirtschaft?
 - b) Wer nutzt die Exportförderung in welchem Umfang?

- Sollte sich der Bundestag zunächst auf die vorgelegte kleine Novelle des Absatzfondsgesetzes beschränken oder halten Sie es für sinnvoll, bereits heute über eine grundsätzliche Reform des Absatzfonds zu diskutieren?
- Welche Korrekturen bzw. Verbesserungen sind aus Sicht der Land- und Ernährungswirtschaft zusätzlich zur vorliegenden kleinen Novelle des Absatzfonds langfristig sinnvoll und erforderlich?
- Welche Vor- und Nachteile sind mit einer Zwangsabgabe für die Land- und Ernährungswirtschaft verbunden und welche Alternativen bestehen grundsätzlich bzw. werden in anderen Ländern und mit welchem Erfolg genutzt, um die Aufgaben, die die CMA bzw. der Absatzfonds in Deutschland übernommen hat, z. B. über privatrechtliche Lösungen, sicherzustellen?

Fraktion DIE LINKE.

- Wie bewerten Sie die Arbeit der CMA hinsichtlich der Absatzsteigerung und Preisstabilisierung für die Produzenten der agrarischen Rohstoffe?
- Haben die deutschen Landwirte Ihrer Meinung nach Vorteile durch die Arbeit der CMA und ZMP, die durch die Erhebung der Zwangsabgaben gerechtfertigt sind?
- Lassen sich die Vorteile der Absatzförderung für die deutsche Landwirtschaft beziffern? Wie viele Einbußen für die Landwirtschaft durch sinkende Preise und sinkenden Absatz der Produkte wären zu erwarten?
- Ist die Mehrheit der betroffenen Abgabenzahler mit dem System der Absatzförderung in Deutschland einverstanden? Wie schätzen Sie das Image von CMA und ZMP ein? Würden die deutschen Landwirtschaftsbetriebe nicht auch auf freiwilliger Basis die gleichen Beiträge zur Absatzförderung aufbringen?
- Wie ist die Kompatibilität zur EU-Rechtssetzung? Entspricht das Absatzförderungsgesetz den EU-Anforderungen?

Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN

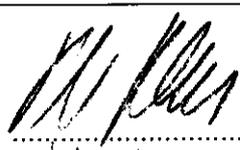
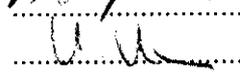
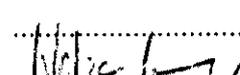
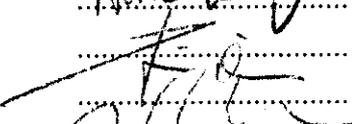
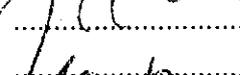
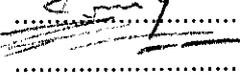
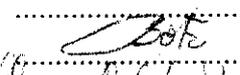
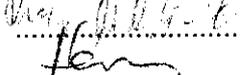
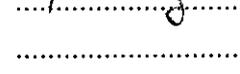
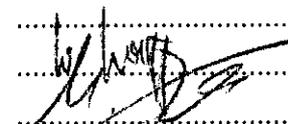
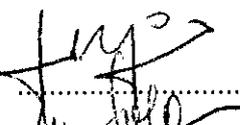
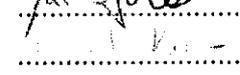
- Wie beurteilen Sie den bisherigen Nutzen der Absatzfondsabgabe für die deutsche Land- und Ernährungswirtschaft insgesamt?
- Wie beurteilen Sie den Nutzen der Arbeit der zentralen Markt- und Preisberichtsstelle (ZMP)? Halten Sie den Zuschnitt der Aufgaben der ZMP für sinnvoll? Sollten der ZMP über den bisherigen Zuschnitt hinaus weitere Aufgaben übertragen werden?
- Wie beurteilen Sie jeweils den Nutzen der unterschiedlichen Bereiche der Absatzförderung: Generische (gattungsbezogene) Werbung, Exportförderung, zentral-regionales Marketing, Qualitätssicherung?
- Wie beurteilen Sie die Auffassung führender Firmen der Ernährungsindustrie, dass die Exportförderung in den Händen der CMA wenig erfolgreich sei, da die CMA zu unbeweglich, zu bürokratisch und durch den hohen Verwaltungsaufwand ineffektiv sei? Kann diese Kritik anhand konkreter Zahlen widerlegt werden?
- Wie beurteilen Sie die Qualität der Evaluierung der Maßnahmen der Absatzförderung? Welche zusätzlichen Möglichkeiten einer Erfolgskontrolle gäbe es aus Ihrer Sicht?
- Wie setzen sich die Einnahmen des Absatzfonds zusammen und für welche Maßnahmen werden die Einnahmen im Einzelnen verwendet? Wie beurteilen Sie die Transparenz der Mittelverwendung durch die CMA?
- Welche Konsequenzen wurden für den laufenden Haushalt 2007 aus der eingeschränkten Verfügbarkeit der Finanzmittel gezogen und wie werden die verfügbaren Mittel in 2007 verwendet?
- Ist der landwirtschaftliche Berufstand in seiner Vielfalt im Verwaltungsrat der CMA nach aktueller Gesetzeslage angemessen repräsentiert? Wenn nein, wo sehen Sie Änderungsbedarf?
- In der Vergangenheit haben die Werbebotschaften der CMA häufiger Unwillen sowohl bei den Adressaten der Werbung als auch bei den Beitragszahlern erregt. Halten Sie vor diesem Hintergrund eine inhaltliche Neuausrichtung der Absatzförderung für erforderlich oder wünschenswert und wenn ja, in welcher Hinsicht?
- Bisher bedient sich der Absatzfonds nach § 2 Absatz 2 einer zentralen Einrichtung zur Durchführung seiner Aufgaben. Im Prinzip wäre aber auch eine Zuweisung der Aufgaben an verschiedene Einrichtungen über ein Ausschreibungsverfahren denkbar. Wie beurteilen Sie jeweils die Vor- und Nachteile des bisherigen Systems mit nur einer zentralen Einrichtung als Auftragnehmer und eines mehr auf Wettbewerb ausgerichteten Systems?
- Inwieweit trägt die geplante kleine Novelle des Absatzfonds dazu bei, den sich aus EU-Recht und dem Beschluss des Verwaltungsgerichts Köln ergebenden Anforderungen genüge zu tun? (EU-Werbeleitlinie, Urteil des Europäischen Gerichtshofs vom 05.11.2002 zur herkunftsbezogenen Werbung, VG Köln Beschluss vom 18. Mai 2006: Zweifel an der Gruppennützigkeit des Absatzfonds)
- Wie schätzen Sie die Auffassung des BMELV und von Abgeordneten des Bundestages ein, dass die kleine Novelle und die damit verbundene Befassung des Bundestages nicht ausreichen, um die Zwangsabgabe ausreichend zu begründen und damit den im Urteil des VG Köln geäußerten Zweifel an der Verfassungskonformität Rechnung zu tragen?
- Sehen Sie einen grundsätzlichen Widerspruch zwischen der Zielsetzung des EU-Binnenmarktes und der Zielsetzung des Absatzfondsgesetzes der Förderung des Absatzes heimischer Erzeugnisse?
- Wie viele Widerspruchs- und Klageverfahren gegen die Erhebung der Absatzfondsabgabe sind zurzeit anhängig und auf welche Summe beläuft sich der Streitwert?

- Inwieweit ist durch diese Situation die Arbeitsfähigkeit der CMA und der ZMP eingeschränkt bzw. gefährdet? Inwieweit würde eine Neufassung im Sinne des vorliegenden Gesetzesentwurfs an dieser Situation etwas grundlegend ändern?
- Teilen Sie die Auffassung, dass die vor allem von der Ernährungsindustrie, aber auch von Landwirten und Verbrauchergruppen getragene Ablehnung des heutigen Konzeptes des Absatzfonds/der CMA dazu führen muss, dass es einer anderen inhaltlichen Ausrichtung bedarf, um Akzeptanz herzustellen?
- Wann wird es zu einer Neukonzeptionierung und „großen“ Novelle des Absatzfondsgesetzes kommen? Wie können dabei eine Stärkung der Elemente Qualität und Transparenz, Wertschätzung von Lebensmitteln, Erhöhung der Wertschöpfung und Exportförderung konkret umgesetzt werden?
- In welchem Umfang wird in anderen Mitgliedsstaaten der EU Absatzförderung durchgeführt?
- Wie unterscheiden sich in anderen EU-Staaten die Systeme zur staatlichen Absatzförderung vom System in Deutschland? Wo gibt es Parallelen, wo wesentliche Unterschiede?
- Wie beurteilen Sie die möglichen Folgen für die deutsche Land- und Ernährungswirtschaft, wenn die Förderung des Gemeinschaftsmarketing durch den Absatzfonds ersatzlos eingestellt würde?

Anwesenheitsliste

gemäß § 14 Abs. 1 des Abgeordnetengesetzes

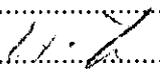
Sitzung des Ausschusses Nr. 10 (Ausschuss für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz)

Ordentliche Mitglieder des Ausschusses	Unterschrift	Stellvertretende Mitglieder des Ausschusses	Unterschrift
<u>CDU/CSU</u>		<u>CDU/CSU</u>	
Bleser, Peter	Borchert, Jochen
Heinen, Ursula		Connemann, Gitta
Heller, Uda Carmen Freia	Deittert, Hubert
Holzenkamp, Franz-Josef		Göppel, Josef
Jahr Dr., Peter	Jaffke, Susanne
Jordan Dr., Hans-Heinrich		Pfeiffer, Sibylle
Klößner, Julia	Schindler, Norbert
Lehmer Dr., Max		Schirmbeck, Georg
Mortler, Marlene		Schulte-Drüggelte, Bernhard
Röring, Johannes		Vogel, Volkmar Uwe
Segner, Kurt	Zöllner, Wolfgang
<u>SPD</u>		<u>SPD</u>	
Blumentritt, Volker	Bahr (Neuruppin), Ernst
Botz Dr., Gerhard		Brinkmann (Hildesheim), Bernhard
Drobinski-Weiß, Elvira		Groneberg, Gabriele
Herzog, Gustav		Hiller-Ohm, Gabriele
Ortel, Holger	Hovermann, Eike
Priesmeier Dr., Wilhelm	Kelber, Ulrich
Rawert, Mechthild	Kumpf, Ute
Schieder, Marianne	Miersch Dr., Matthias
Volkmer Dr., Marlies	Schmitt (Landau), Heinz
Wolff (Wolmirstedt), Waltraud		Teuchner, Jella
Zöllmer, Manfred	Thießen, Jörn
<u>FDP</u>		<u>FDP</u>	
Geisen Dr., Edmund Peter		Schuster, Marina
Goldmann, Hans-Michael		Solms Dr., Hermann Otto
Happach-Kasan Dr., Christel	Wissing Dr., Volker

Anwesenheitsliste

gemäß § 14 Abs. 1 des Abgeordnetengesetzes

Sitzung des Ausschusses Nr. 10 (Ausschuss für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz)

Ordentliche Mitglieder des Ausschusses	Unterschrift	Stellvertretende Mitglieder des Ausschusses	Unterschrift
<u>DIE LINKE.</u>		<u>DIE LINKE.</u>	
Binder, Karin	Bulling-Schröter, Eva
Kunert, Katrin	Hill, Hans-Kurt
Tackmann Dr., Kirsten		Naumann, Kersten
Ulrich, Alexander
<u>BÜ90/GR</u>		<u>BÜ90/GR</u>	
Behm, Cornelia	Hettlich, Peter
Iöfken, Ulrike		Kurth (Quedlinburg), Undine
Höhn, Bärbel	Scheel, Christine

Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (10)

Mittwoch, 07. März 2007 09:00 Uhr -öffentlich-

Fraktionsvorsitzende:

Vertreter:

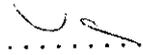
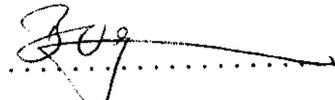
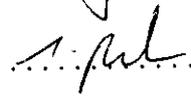
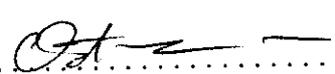
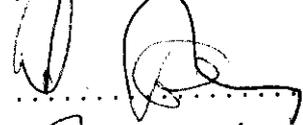
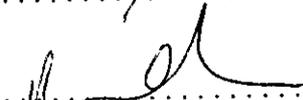
SPD
CDU/ CSU
BÜNDNIS 90/ DIE GRÜNEN
DP
DIE LINKE.

Fraktionsmitarbeiter:

Fraktion:

Unterschrift:

(Name bitte in Druckschrift)

Waltermann	SPD	
Bogner	Linke	
Rohm	Linke	
OSTERMANN	CDU/CSU	
Kreitman	SPD	
Arens	CDU/CSU	
Schweifel	FRP	
Bende	B90/Die Grüne	

Einzigiger Tagesordnungspunkt

Öffentliche Anhörung

zum Thema

Gesetzentwurf der Fraktionen der CDU/CSU und SPD

Entwurf eines Gesetzes zur Änderung des Absatzfondsgesetzes und des Holzabsatzfondsgesetzes
BT-Drs. 16/4149

Die Vorsitzende: Ich begrüße Sie ganz herzlich. Ich eröffne hiermit die öffentliche Anhörung des Ausschusses für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz zum Entwurf eines Gesetzes zur Änderung des Absatzfondsgesetzes und des Holzabsatzfondsgesetzes auf BT-Drs. 16/4149. Die Anhörung, die wir durchführen, entspricht der Absprache aller Fraktionen und wir hoffen, auf unsere Fragen für die anstehende Beratung des Gesetzes entsprechende Antworten zu bekommen.

Ich begrüße die Ausschussmitglieder, das Bundesministerium und besonders den Staatssekretär, Herrn Dr. Paziorek, die Zuhörer sowie die Sachverständigen, die mit ihren Beiträgen den Hauptschwerpunkt unserer Anhörung darstellen.

Ich muss etwas zum Verfahren klarstellen, das neu ist. Auf Wunsch der Koalitionsfraktionen haben wir eine neue Regelung, die beinhaltet, dass wir nach der Berliner Stunde verfahren. Das heißt, die Redezeit teilt sich jetzt in die Fraktionsstärke auf und das hat konkrete Konsequenzen, auch für die Sachverständigen, worüber ich Sie jetzt informieren muss, d.h. die Antwortzeiten der Sachverständigen werden der fragenden Fraktion zugerechnet. Ich bitte die Sachverständigen, das auch mit im Blickfeld zu behalten. Das funktioniert also folgendermaßen: Wir haben die Eingangsstatements, die dauern wie bisher fünf Minuten, dann verteilt sich die Redezeit. Es bleiben 75 Minuten, die verteilen sich wie folgt: CDU/CSU – 23 Min. und 45 Sek., SPD 23 Min. und 45 Sek., FDP – 10 Min., DIE LINKE. – 8 Min., 45 Sek., BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN – 8 Min., 45 Sek. Das Ausschussesekretariat wird also die Zeit messen und ich bitte um Verständnis für dieses Verfahren. Es ist eine Übertragung im Parlamentsfernsehen vorgesehen. Der zeitliche Rahmen – bis 10.00 Uhr – ist bekannt.

Ich würde Sie jetzt gern einzeln begrüßen und gleich beginnen. Ich begrüße als Vertreter von Verbänden, Institutionen und Bundesländern den Deutschen Bauernverband, Herrn Dr. Born, sowie seine Begleiter Herrn Dr. Krüger und Dr. Wetterich. Ich begrüße das Ministerium für Landwirtschaft, Umwelt und Verbraucherschutz des Landes Mecklenburg-Vorpommern, Herrn Minister Dr. Till Backhaus, und auch seinen Begleiter, Herrn Rudolphi. Von Neuland e.V., dem Verein für tiergerechte und umweltschonende Nutztierhaltung, begrüße ich Herrn Jochen Dettmer - er ist der Bundesgeschäftsführer. Von dem Verband Deutscher Mühlen Herrn Manfred Weizbauer, den Hauptgeschäftsführer. Als Einzelsachverständige begrüße ich Herrn Dr. Tilmann Becker, geschäftsführender Direktor des Institutes für Agrarpolitik und landwirtschaftliche Marktlehre der Universität Hohenheim sowie Herrn Dr. Matthias Cornils, Privatdozent von der Universität Bonn, und Herrn Claus-Peter Witt, Vorstandsvorsitzender der Uelzena e.G.

Ich verweise noch auf zusätzlich eingegangene Stellungnahmen, wie z.B. von der Agrarmarketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH und die ausliegenden Unterlagen.

Ich bitte den Deutschen Bauernverband, Herrn Dr. Born, zu beginnen.

Dr. Born, Deutscher Bauernverband: Sehr verehrte Frau Vorsitzende, meine Damen und Herren. Ich bedanke mich, dass ich heute Morgen hier unser Anliegen vortragen kann. Sie wissen, der Absatzfonds und die beiden Durchführungsgesellschaften befinden sich in einer schwierigen Situation. Obwohl hinsichtlich der Beihilferegelung der EU einiges geklärt worden ist, setzen wir uns mit einem Urteil des Kölner Verwaltungsgerichts auseinander und wir können nicht ganz nachvollziehen, welche Gründe dort ausschlaggebend waren. Lassen Sie mich hier deshalb ganz kurz etwas Grundsätzliches dazu sagen, wie wir zum Absatzfonds und seinen Durchführungsgesellschaften stehen und dann ganz schnell zu den vorgeschlagenen Änderungen in dem Gesetzentwurf der Fraktionen kommen.

Zunächst einmal glaube ich, darf man die Tätigkeit der CMA nicht nur daran festmachen, was an generischer Werbung läuft. Ich nehme an, das wird heute Morgen hier eine besondere Rolle spielen. Die Tätigkeit des Absatzfonds und seiner Durchführungsgesellschaften geht jedoch sehr viel weiter und ich will dazu vier Punkte nennen: In der Diskussion in den letzten Wochen ist untergegangen, dass wir zwei Durchführungsgesellschaften haben. Eine ist die ZMP, die Markt- und Preisberichtsstelle, die ganz wichtig ist und - ich glaube - völlig unstrittig auch in den eigenen Reihen bei den Landwirten ist. Hier gibt es hohe Sachkompetenz und wir möchten schon erreichen, dass diese Einrichtung bestehen bleibt.

Zweitens unser wichtigstes Betätigungsfeld für die CMA und deren Marketingbemühungen, ist der eigene Markt – der Inlandsmarkt. Im Zusammenhang mit dem EUGH-Urteil wird die Situation oft so dargestellt als ob wir allein bestrebt sind durch eine Herkunftsbezeichnung „deutsche Produkte“ ausländische Ware aus dem deutschen Markt herauszuhalten, das ist nicht so. Heute wird hier in Berlin eine große Messe – die ITB – eröffnet. Die deutschen Verbraucher geben für Reisen über 60 Mrd. aus; die deutschen Bauern verkaufen für etwa 40 Mrd. Produkte. Wir müssen einfach auf dem einheimischen Markt die Werthaltigkeit der Produktion von Nahrungsmitteln gegenüber anderen Verbraucherausgaben festigen und da hat die CMA eine ganz wichtige Aufgabe, produktübergreifend in vielen Marktsegmenten.

Drittens – zunehmende Bedeutung erfährt seit einigen Jahren der Export. Wir sind selbst bei Schweinefleisch im letzten Jahr Netto-Exporteur geworden. Die deutsche Agrarproduktion entwickelt sich sehr gut und dann braucht man im internationalen Wettbewerb eine Begleitung in internationale Märkte hinein und uns freut es sehr, dass es mit Hilfe großer Anstrengungen der CMA gelungen ist, die neu hinzugekommenen Länder in der Europäischen Union oder auch die Rohstoff exportierenden Ländern, egal ob das nun Russland oder der Nahe Osten ist, für die Landwirtschaft und die Agrarwirtschaft zu erschließen. Für uns Märkte zu erschließen, das hilft jedem einzelnen Landwirt, das hilft der gesamten Produktionskette in Deutschland.

Vierter Punkt: Ich möchte nicht unerwähnt lassen, dass die CMA in den letzten Jahren sehr stark mitgeholfen hat, die Produktionskette auf die neuen Rahmenbedingungen – auch hinsichtlich Produktsicherheitsdokumentation und Rückverfolgbarkeit – besser aufzustellen. Das Stichwort QS steht dafür, aber andere Produktsicherungsprogramme ganz genauso. Hier glaube ich, wären wir nicht handlungsfähig gewesen in einer ganz tiefen Krise, nämlich der BSE-Krise, wenn wir nicht die CMA gehabt hätten. Das sind die vier Punkte, die uns im Wesentlichen veranlassen, Sie zu bitten, dem Absatzfonds und seinen Durchführungsgesellschaften wirklich eine Perspektive zu geben. Erneuerungsbedarf gibt es, das wird auch dokumentiert durch die Novelle und dazu will ich ganz kurz noch etwas anfügen. Wir sind davon überzeugt, dass wir den Absatzfonds und seine Durchführungsgesellschaften kurzfristig stabilisieren und mittel- und langfristig sichern und weiterentwickeln müssen. Wir werden mit dieser Forderung von den meisten Kritikern des Systems, die es natürlich gibt, durchaus unterstützt, diese Einrichtung also im Detail zu verändern, aber im Grundsatz zu erhalten. Die Stellungnahmen der Sachverständigen machen mehrheitlich deutlich, dass am grundsätzlichen Nutzen des Instruments nicht gezweifelt wird, gestritten wird natürlich im Detail über die inhaltliche Ausgestaltung. Dabei zeigt sich, dass die einzelnen Branchenwünsche nicht immer vollständig zu erfüllen sind, oftmals an rechtliche Schranken stoßen, durch gute Vorbereitung in den Produktausschüssen der CMA jedoch aufgegriffen werden können. Wir unterstützen die regelmäßige Überprüfung der Absatzförderung, um sie an die Herausforderung des Marktes anzupassen. Diese Anpassungen sind jedoch unabhängig von der jetzigen Gesetzesnovellierung in einem zweiten Schritt innerhalb der abgabepflichtigen Gruppen zu diskutieren. Nach dem zu erwartenden Verfassungsgerichtsurteil wird sich auch zeigen, ob etwaige Änderungen einer erneuten Gesetzesnovellierung bedürfen. Die jetzigen Vorschläge, wie die Stärkung der Beitragszahler und die Sicherung der Gruppennützigkeit, unterstützen wir. Was ich hier gesagt habe, möchte ich mit einem kleinen Nebensatz auch auf den Holzabsatzfonds beziehen, der gerade in diesen Tagen eine ganz wichtige Aufgabe hat. Auch da stehen wir voll und ganz dahinter.

Die Vorsitzende: Schönen Dank, Herr Dr. Born. Ich weise nochmals darauf hin, dass es eine schriftliche Stellungnahme der Arbeitsgemeinschaft Deutscher Waldbesitzer zum Holzabsatzfonds gibt. Dann gebe ich weiter an das Ministerium für Landwirtschaft, Umwelt und Verbraucherschutz, Herrn Dr. Backhaus.

Minister Dr. Till Backhaus: Ich möchte mich herzlich für die Einladung bedanken. Ich glaube, dass das Gesetz und die Novelle geradezu notwendig sind. Es ist alternativlos. Wenn wir uns mit den internationalen Märkten auseinandersetzen, dann wissen wir, dass gerade deutsche Lebensmittel nach wie vor einen sehr guten Ruf haben. Die Gruppennützigkeit ist für mich vollkommen klar und darüber werden wir auch in den nächsten Jahren reden müssen. Der Nutzen für die Landwirtschaft muss erkennbar sein und hier gibt es sicherlich Verbesserungsmöglichkeiten. In dem Zusammenhang will ich ausdrücklich betonen, dass wir etwa 20 Projekte im zentralregionalen Programm mit der CMA abwickeln und damit natürlich auch die Frage, wie können wir Lebensmittel in hoher Qualität dem Verbraucher in Deutschland und in der Welt präsentieren, sehr wohl als positiv ansehen. Ich glaube auch, dass wir eine klare Verteilung der Aufgaben an die beiden Durchführungsgesellschaften weiter strukturieren sollten. Dieses ist auch so vorgesehen und es wird von mir auch nicht in Frage gestellt. Auch die im Gesetzentwurf vorgelegten Änderungen zur Kostenerstattung wird von uns nicht moniert, son-

dern ich denke, das ist im Rahmen der Transparenz und klaren Ausrichtung der CMA richtig und notwendig. Ich will auch nicht auf das Bundesverfassungsgerichtsurteil von 1990 eingehen. Das eine hat mit dem anderen aus meiner Sicht nichts zu tun. Wir sollten uns darauf konzentrieren, dass Agrarmarketing als solches und den Absatzfonds als auch die ZMP weiter zu festigen. Unter dem Strich ist in diesem Zusammenhang auch notwendig, dass die Zusammensetzung des Verwaltungsrates klarer geregelt wird. Ich will das an dieser Stelle noch einmal betonen. Diejenigen, die das Geld aufbringen, müssen aus meiner Sicht auch die Möglichkeit haben, den Einfluss auf die Aktivitäten ausüben zu können. Dadurch sind in der Vergangenheit Irritationen in der Landwirtschaft und bei den Beitragszahlern entstanden. Der Ansatz zur Vermeidung von möglichen Interessenkollisionen - die absatzfondsgeregelte Entsendung von drei Mitgliedern des Absatzfonds in den Aufsichtsrat der CMA - dass dieses aufgehoben wird, ist aus meiner Sicht nachvollziehbar. Ich will insofern nochmals deutlich machen, dass sich aus meiner Sicht die Arbeit der CMA und des Gemeinschaftsmarketings deutscher Produkte in den letzten Jahren und Jahrzehnten durch eine große Fachkompetenz auszeichnet. Wir haben es hier jedoch mit einem dynamischen Prozess zu tun, das will ich ausdrücklich unterstreichen. Ich glaube auch, dass der Vorwurf, die Werbung für deutsche Agrarprodukte sei nicht effizient genug, nicht zutrifft. Unter dem Strich muss es darum gehen, den Wert von Lebensmitteln noch deutlicher herauszustreichen und damit Absatzaktivitäten umzusetzen. Dass die Aktivitäten in den vergangenen Jahren den Wünschen der Beitragszahler angepasst wurden, habe ich zur Kenntnis genommen. Ich meine auch, dass der einzelne Landwirt und der Verarbeiter, die im Mittelpunkt der Diskussion stehen, sich nach der Wirkung ihrer eingesetzten Finanzmittel fragen. Wir erkennen natürlich auch, dass der eine oder andere im Prozess danach im Lebensmitteleinzelhandel der eigentliche Profiteur ist. Hier ist schon die Frage, ob man nicht in Zukunft ein paar Dinge nachsteuern sollte. Wir sprechen uns für die Weiterführung der Beitragserhebung aus, denn aus meiner Sicht ist diese alternativlos. Wenn man sich die großen Nationen in Europa anschaut, mit welchen Aktivitäten sie aufwarten, liegen wir bei deutlich über einer Mrd. €. Wenn wir dann nach Amerika oder Kanada schauen, wird das noch deutlicher unterstrichen. Die Alternative wäre andere Finanzierungsmodelle aufzubauen. Fazit: die Landwirtschaft oder auch die Forstwirtschaft muss im Vordergrund der Aktivitäten der CMA stehen. Die Landwirtschaft muss einen direkten Nutzen aus der Arbeit der CMA ziehen können und ich will auch ausdrücklich sagen, es hat keinen Sinn, irgendwelche Konflikte zwischen den einzelnen Gruppen zu entwickeln. Aus meiner Sicht und der des Landes Mecklenburg-Vorpommern ist das nicht weiter zu verfolgen. Ich glaube, dass wir einen Diskurs zur inhaltlichen Ausrichtung des Absatzfonds der CMA und der ZMP benötigen. Aber ich will ausdrücklich die ZMP als positives Instrument der politischen Stärkung und der Entscheidungsfindung mit heranziehen. Ich halte es auch für dringend notwendig, eine stärkere Verzahnung mit dem Agrarmarketing der Länder vorzunehmen, um damit die Regionalität, die von Brüssel ausdrücklich unterstützt wird, stärker in den Vordergrund zu stellen. Hier würde ich großen Wert in Richtung der jüngeren Generation legen. Ich erinnere daran, der Bauernhof als Klassenzimmer oder gesunde Ernährung und Bewegung, sind Themen, mit denen wir uns auch in der Zukunft weiter auseinandersetzen müssen. Eine strikte Trennung zwischen den Aufgaben der CMA und denen, die ansonsten auch noch Vorteile ziehen, sollte es geben. Unter dem Strich halte ich es für notwendig, diese Gesetzesinitiative umzusetzen und ich hoffe auf ein möglichst schnelles Urteil des Bundesverfassungsgerichtes, damit wir Klarheit bekommen.

Jochen Dettmer, Bundesgeschäftsführer Neuland Verein für tiergerechte und umweltschonende Nutztierhaltung: Vielen Dank, Frau Vorsitzende, meine Damen und Herren. Vielen Dank für die Einladung, insbesondere der Fraktion BÜNDNIS90/DIE GRÜNEN. Erlauben Sie mir, meine Stellungnahme vor dem Hintergrund als langjähriger Geschäftsführer von Neuland aber auch als Vorstandsmitglied des Bundesverbandes der Regionalbewegungen, der sich insbesondere um die Regionalvermarktung Gedanken macht, aber auch als Aufsichtsratsmitglied der Agrarmarketinggesellschaft Sachsen-Anhalt abzugeben. Nicht zuletzt bin ich auch noch Landwirt in Sachsen-Anhalt und ich sehe das also auch aus Sicht der Basis. Das Neuland-Qualitätsfleischprogramm ist vielleicht nur ein kleines Beispiel um deutlich zu machen, wie Marktdifferenzierung im zukünftigen Agrarmarkt positiv wirken kann. Auch wenn wir nicht sehr groß sind, so hat uns doch eine Untersuchung der Europäischen Kommission bestätigt, dass wir ein Konzept entwickelt haben, das den Mehrwert nicht nur in den Stufen zwischen Landwirtschaft und Verbraucher hängen lässt, sondern dass auch etwas beim Landwirt ankommt. Ich denke, es ist ganz wichtig, auch im Hinblick auf zukünftige Debatten vom modernen Agrarmarketing, dafür Sorge zu tragen, dass die Wertschöpfung auch in der Landwirtschaft ankommt. Nun zu den konkreten Fragen im Zusammenhang mit dem Gesetz. Sie haben sicherlich alle die Antworten studiert. Ich möchte sie kurz aus unserer Sicht zusammenfassen.

Wir halten die Zweifel des Verwaltungsgerichts Köln bezüglich der Verfassungswidrigkeit für nachvollziehbar und verständlich. Letztlich muss das Verfassungsgericht urteilen und dem haben wir uns dann zu beugen, aber insbesondere können wir nachvollziehen, dass es sich in der Landwirtschaft nicht nur um eine homogene Gruppe handelt. Wir haben mittlerweile eine dermaßen differenzierte Agrarstruktur, die sich auch in den entsprechenden Maßnahmen niederschlagen müsste. Ich möchte ergänzend zu der Stellungnahme noch gleich der Frau Vorsitzenden eine kurze Zusammenfassung eines Vortrages von Franz Fischler übergeben, der aus seiner Sicht als langjähriger EU-Kommissar mal die Differenziertheit zusammengefasst hat. Punkt zwei: Die Notwendigkeit der kleinen Novelle ist durch die Begründung der Bundesregierung eindeutig gegeben. Was mir fehlt, ist dass man im Rahmen des Verfahrens für mehr Transparenz sorgen muss. Wir haben dankenswerter Weise in den Unterlagen des Deutschen Bauernverbandes Zahlen über Mittelherkunft und Mittelverwendung bekommen. Ich denke, das sollte eine Selbstverständlichkeit sein, dass dieses im Rahmen einer quasi fiskalischen Abgabe der Öffentlichkeit und den Betroffenen regelmäßig zugänglich gemacht wird. Zweitens die Zusammensetzung der landwirtschaftlichen Seite sollte vor dem Hintergrund der Differenziertheit der Landwirtschaft überprüft werden. Hier wäre es denkbar, dass das Bundesministerium in eigener Zuständigkeit die Mitglieder, wie es für andere Interessengruppen auch üblich ist, selbst benennt. Des Weiteren als dritten Punkt denke ich, sollte man festhalten, dass eine große Novelle vorbereitet werden sollte. Da möchte ich jetzt im Folgenden darauf eingehen, da durch die kleine Novelle wichtige Punkte nicht geregelt sind. Insbesondere muss die große Novelle eine stärkere Konkretisierung in § 1 vornehmen bezüglich der Ziele des Gesetzes Richtung Produktdifferenzierung, Förderung von Wertschöpfungsketten, Regionalität, Marktforschung und was im Prinzip überhaupt fehlt, ist Produkt- und Technologieinnovation, wie sie in anderen Wirtschaftsbereichen eine Selbstverständlichkeit ist. Ich denke, man sollte sehr intensiv darüber diskutieren, ob man nicht, wie es auch in anderen Ländern diskutiert wird, z.B. im Vereinigten Königreich, grundsätzlich über einen Verzicht auf generische Werbung nachdenken sollte. Der Nutzen ist sehr kritisch zu sehen und diese Gelder könnten gespart wer-

den. Der dritte Punkt einer großen Novelle sollte darauf fokussiert werden, die Monopolstellung der CMA als Durchführungsgesellschaft zu überprüfen, inwieweit nicht ein Ausschreibungsverfahren mehr Effizienz und auch Partizipation durch die Bundesländer ermöglicht, um die Gelder gezielter und effizienter einzusetzen.

Sollte das Bundesverfassungsgericht zu dem Urteil kommen, dass die Abgabe verfassungswidrig ist, sollte frühzeitig darüber nachgedacht werden, welche anderen Agrarmarketinginstrumente sinnvoll wären. Ein ersatzloses Streichen und ein Zurückfallen ins Nichts wäre nicht sinnvoll, sondern man muss dann die Erfahrungen nutzen, die andere EU-Länder gemacht haben in der Kombination von staatlicher Absatzförderung, Unternehmensmarketing und Gruppenmarketing – zumindest muss es in der Schublade sein. Es wäre schlecht für die deutsche Landwirtschaft, wenn wir dann erst anfangen zu diskutieren. Aber ich denke, der Hauptfokus sollte in der weiteren Novelle des bestehenden Gesetzes liegen, um hier den Spielraum, den der Gesetzgeber und auch die EU-Kommission bietet, breitestmöglich zu nutzen, um mehr Wertschöpfung für die landwirtschaftlichen Betriebe zu bekommen.

Manfred Weizbauer, Geschäftsführer Verband Deutscher Mühlen: Vielen Dank Frau Vorsitzende, dass wir hier die Gelegenheit bekommen, unsere Position als Getreidemühlen darzustellen und einzubringen. Sie wissen, dass die Getreidemühlen ein Bereich sind, wo eine Klage vor dem Verwaltungsgericht Köln aufgekommen ist – das Ergebnis der Klage kennen Sie. Insofern wird Sie unsere Stellungnahme im Prinzip in der Sache nicht überraschen. Lassen Sie mich vielleicht vorher zwei grundsätzliche Anmerkungen machen. Das eine ist, dass die Müllerei natürlich auch an einer Agrarwerbung und an einem Agrarmarketing interessiert ist. Ich glaube da sitzen die Landwirtschaft und die Ernährungswirtschaft in einem Boot, weil unsere guten Produkte letztlich nur gemeinsam vermarktet werden können. Wir sind im Verhältnis zu vielen anderen Branchen, wenn ich nur an Fleisch, Milch oder Zucker denke, sicherlich in einer ganz besonderen Situation, dass die Abgabe die von den Mühlen als Flaschenhalsbetrieb gezahlt werden, nicht zurück gewälzt werden können. Das kann weder die öffentliche Hand noch die private Wirtschaft – sprich der Landhandel - ob privat oder genossenschaftlich organisiert. Wir sind in der Situation, dass von größenordnungsmäßig 22 Mio. t Brotgetreide 6 Mio. t bei den Mühlen landen und mit der Abgabe belegt sind. Der Rest ist eben ohne Abgabe belegt und wenn Sie an die zunehmende Bedeutung von Bioenergie denken, dann ist es ein Bereich, wo wir letztlich in einer Wettbewerbsposition sind, die die Branche benachteiligt. Ein wichtiger Punkt für uns ist, dass die Beitragszahler in den Gremien entsprechend vertreten sein müssen. Wir fühlen uns in den Gremien nicht vertreten. Wir betrachten uns als Beitragszahler, weil die Rückwälzung nicht möglich ist. Der zweite grundsätzliche Punkt, der auch durch das Urteil des Kölner Verwaltungsgerichts deutlich geworden ist, ist das Thema der Gruppennützigkeit. Wir sehen den Nutzen des Absatzfonds der CMA und der ZMP stärker im Bereich der Landwirtschaft. In unserem speziellen Bereich ist die Situation anders, insofern muss man auch differenzieren nach Produkten. In unserem Bereich sehen wir für die Müllerei, als für die Ernährungswirtschaft, die Gruppennützigkeit allenfalls höchst eingeschränkt. Ich glaube, das ist eine Aufgabe, der sich der Gesetzgeber letztlich in der Zukunft stellen muss, ob er möglicherweise durch stärkere Differenzierung nach Branchen das Ganze transparenter und effektiver machen kann. Zur Verordnung selber: Die Verordnung sehen wir als einen kleinen Schritt um einige Unzulänglichkeiten zu beseitigen. Wir halten sie jedoch nicht für ausreichend. Letztlich muss nach

der kleinen Novelle sehr schnell eine große Novelle kommen. Ich weiß, dass wir letztlich in einer Zwickmühle sind. Einerseits ist die Finanzierung gefährdet aufgrund der vielen Widersprüche. Das Verfassungsgericht in Karlsruhe wird sicherlich auch nicht vor Ende 2008 entscheiden. Bis dahin muss man die Finanzierung der Absatzförderung sicherstellen. Das ist vielleicht auch eine Aufgabe der öffentlichen Hand. Vielleicht für ein, zwei Jahre die Finanzierung zu gewährleisten oder zu überbrücken. Letztlich muss eine große Novelle her, die Akzeptanz und Transparenz fördert, die die Gremienarbeit fördert, weil ich befürchte, dass mit der jetzt angedachten Novelle, mit der wir im Prinzip leben können, aber die wie gesagt, die Probleme nicht löst, auch letztlich die Verfassungsrechtlichkeit nicht eindeutig und zufrieden stellend gelöst ist. Das Schlimmste, was passieren könnte, ist, dass nach einer kleinen Novelle in zwei Jahren der Vorgang wieder in Köln beim Verwaltungsgericht anhängig ist und das Ganze wieder in Karlsruhe landet. Das wäre eine Situation wo wir CMA, ZMP und Absatzfonds einen Bärendienst erweisen würden. Das kann nicht im Sinne der Landwirtschaft als auch der Ernährungswirtschaft sein.

Prof. Dr. Tilman Becker, Institut für Agrarpolitik und Landwirtschaftliche Marktlehre der Universität Hohenheim: Vielen Dank Frau Vorsitzende. Ich möchte mich kurz vorstellen, ich bin Lehrstuhlinhaber für den Lehrstuhl Agrarmärkte und Agrarmarketing. Es gibt in Deutschland sieben Lehrstühle für Agrarmarketing. Ich werde darauf eingehen, wie die wissenschaftliche Position ist. Als Wissenschaftler habe ich es gut, ich habe keine Interessen – ich kann mir freie Gedanken machen, da ich nicht davon betroffen bin, ob die CMA abgeschafft wird oder nicht. Ich kann mich also wissenschaftlich damit auseinandersetzen und relativ vorurteilsfrei sein. Es gibt mehrere Punkte, die ich ansprechen möchte. Ein Punkt wäre die Tätigkeit der CMA.

Marketing, Verkaufsförderung, Werbung – hier besteht die einhellige Meinung aller Kollegen seit Jahrzehnten, dass es herausgeworfenes Geld ist. Generische Werbung in der Form wie die CMA sie machen muss: sie darf nicht für eine besondere Marke werben, sie darf nur für eine Produktkategorie werben, sie muss weiterhin ihre Werbeausgaben auf alle Produktgattungen gleichmäßig verteilen, sie darf nicht nach dem CMA-Gütezeichen-Urteil die deutsche Herkunft herausstellen. Was bleibt ihr dann noch anderes übrig, als für sich selbst zu werben oder eine sehr unnütze diffuse Werbung zu machen, wo man eigentlich gar nicht weiß, was wird denn da beworben außer der Name CMA. Das ist die einhellige Meinung schon seit Jahrzehnten, dass diese Werbung unnützlich ist und abgeschafft gehört. Soweit zur Werbung.

Exportförderung wurde angesprochen, das ist ein ganz wichtiger Bereich der CMA, ein wichtiger Bereich, der sicherlich wertvoll wäre erhalten zu werden oder sogar ausgebaut zu werden. Hier wäre zu überlegen, ob eine Sonderstellung des Agrarsektors gerechtfertigt ist oder ob - so wie in anderen Ländern – dieser Bereich vielleicht mit der Exportförderung der Gesamtwirtschaft zu vereinigen, zu koordinieren ist. Darüber wäre nachzudenken, aber dieser Bereich sollte erhalten werden.

Qualitätssicherung – der nächste Bereich. Qualitätssicherung wird von der QS-GmbH gemacht. Das ist auch sehr gut, was sie macht. Ich denke, darüber besteht auch weitgehend Einigkeit. Wenn die CMA wiederum Geld für Werbung ausgibt, für die QS ist es herausgeschmissenes Geld. Man sollte

es sein lassen. Die Qualitätssicherung sollte die QS-GmbH machen, die CMA sollte sich da heraushalten. Zentral-regionales Marketing ist der nächste Bereich. Die CMA macht dort einiges, die Landesmarketinggesellschaften machen einiges, die Ministerien machen einiges. Dort wäre sicher eine bessere Koordination angebracht. Das sind die Schwerpunkte der CMA und die Position, die man dazu haben kann.

Jetzt zu dem anderen Punkt – der geplanten Novellierung. Ich möchte nur eines klarmachen, dass die Novellierung den Einwendungen des Verwaltungsgerichts Köln nicht Rechnung trägt. Ich meine auch, dass es, wie es der Bauernverband vertritt, wenn hinten in den Begründungen in einer kleinen Zeile dem Rechnung getragen wird, dass sich das Bundesverfassungsgericht nicht davon täuschen lassen wird. Ich halte es für utopisch, daran zu glauben, dass durch eine Zeile oder ein Statement in der Begründung des Bundesverfassungsgerichts, gesagt wird, der Gesetzgeber habe sich mit der Gruppennützigkeit und der Homogenität auseinandergesetzt. Aus den Protokollen wird ganz deutlich, dass dies alles nicht passiert ist.

Nun zu der geplanten Novellierung. Ich habe versucht, herauszubekommen, was denn der Zentralausschuss der Deutschen Landwirtschaft ist. Ich habe Kollegen gefragt, ich habe versucht, eine Geschäftsordnung oder eine Vereinssatzung zu bekommen. Tut mir leid, ich bin nicht erfolgreich gewesen. Vielleicht kann der Bauernverband mich dort unterstützen. Er hat eine Reihe von Informationen, die leider den Akademikern nicht zugänglich gemacht werden, weil sie ja schlimme Sachen damit machen könnten. Aber vielleicht wäre das ganz hilfreich, wenn von Seiten des Bauernverbandes eine Unterstützung der Wissenschaft stattfinden würde. Ich habe auch nicht ganz verstanden, warum die Erhöhung von 10 auf 12 Mitgliedern stattgefunden hat. Vielleicht kann man das erklären. Aus dem Protokoll und aus den Vorschlägen ist es nicht ersichtlich.

Zu der Kostenerstattung würde ich als Ökonom sagen, dass es sicher sinnvoll ist und zu wünschen wäre, dass die CMA oder Absatzfonds sich aussuchen könnten, wer die Kosten letztendlich übernimmt und ob das die BLE machen sollte oder ob es andere Möglichkeiten gibt. Es ist jedenfalls sinnvoll und ökonomisch effizient, dass erstattet wird.

Dr. Matthias Cornils, Privatdozent, Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn: Sehr geehrte Frau Vorsitzende, sehr geehrte Damen und Herren! Ich darf mich ganz herzlich für die Einladung bedanken und will in aller Kürze noch einmal auf die juristischen Kernfragen eingehen, nämlich zum einen die Vereinbarkeit mit dem Europarecht, zum anderen mit dem Verfassungsrecht. Auch in der Vergangenheit sind diese beiden Fragen intensiv diskutiert worden und in der Rechtspraxis auch entschieden worden. Aus beiden Perspektiven jedoch mit dem Ergebnis, dass die Vereinbarkeit der Regelung des Absatzfondsgesetzes mit den beiden Maßstäben des Europarechts und des Verfassungsrechts gegeben ist. Jetzt stehen diese Fragen, im Wesentlichen aufgrund des Beschlusses des Verwaltungsgerichts Köln zum Bundesverfassungsgericht vom Mai des vergangenen Jahres, wiederum neu im Raum. Das Verwaltungsgericht formuliert dabei so strenge europarechtliche und verfassungsrechtliche Maßstäbe, dass das Absatzgesetz, wenn diese Maßstäbe richtig wären, in der Tat keinen Bestand haben könnte. Jedoch, nach meiner Auffassung sind diese Maßstäbe des Verwaltungsgerichts

sowohl auf der verfassungsrechtlichen wie auch auf der gemeinschaftsrechtlichen Seite viel zu scharf zugeschnitten und gehen weit über die Anforderungen hinaus, die einerseits das Bundesverfassungsgericht und andererseits die Beihilfepraxis der Europäischen Kommission und auch die Rechtsprechung des Gerichtshofes aufgestellt haben. Legt man diese maßgeblichen Rahmenbedingungen zugrunde, so ist das Absatzfondsgesetz vorbehaltlich aller Ungewissheiten, die mit verfassungsgerichtsbezogenen Prognosen immer verbunden sind, schon bisher und auch in der Fassung der Novelle mit dem höherrangigen Recht vereinbar.

Ich will das anhand der beiden Maßstäbe noch einmal erläutern: Wie schon bisher die Werbeleitlinien der Kommission, so stellt auch die neue Rahmenregelung der Kommission für staatliche Beihilfen für die Zukunft gewisse Bedingungen für mitgliedstaatliche Absatzförderungsinstrumente mit Beihilfecharakter auf, mit denen sichergestellt werden soll, dass schädliche Auswirkungen auf den Wettbewerb vermieden werden. Das Absatzfondsgesetz ist mit diesen Vorgaben weiterhin vereinbar. Das Gesetz legt sich in der allgemeinen Beschreibung der Aufgaben des Absatzfonds nicht auf bestimmte Modalitäten der Absatzförderung fest. Die Frage der Kompatibilität der von der CMA und ZMP ins Werk gesetzten Marketingmaßnahmen entscheidet sich also nicht auf der gesetzlichen Ebene sondern auf der Ebene der Konkretisierung der Maßnahmen durch den Absatzfonds und die Durchführungsgesellschaften. Das Gesetz lässt für diese Konkretisierung genügend Spielraum, um das Maßnahmespektrum den gemeinschaftsrechtlichen Vorgaben anpassen zu können. Der Gemeinschaftsrahmen lässt auch umgekehrt genügend Spielraum für Maßnahmen, die geeignet sind, den Gesetzeszweck des Absatzfonds zu erfüllen. Das gilt sowohl für die Fördermaßnahmen nicht werblicher Art, die ohnehin nicht den strengeren Bedingungen hinsichtlich der Werbebeihilfen unterfallen, als auch für die qualitätsbezogene Werbung sowie die Werbung für auf Gemeinschaftsebene eingetragene Produkte mit geschützter Ursprungsbezeichnung, ferner für Gütezeichen mit sekundärer Ursprungsbezeichnung und generische Werbung ohne Herkunftsbezug, von der jedenfalls nach der gesetzlichen Annahme erhebliche mittelbare Nutzeffekte auf die heimische Landwirtschaft ausgehen können. Die meisten von den Durchführungsgesellschaften des Absatzfonds auch bisher durchgeführten Maßnahmen sind also auch weiterhin gemeinschaftsrechtlich legitim.

Zum Verfassungsrecht: Verfassungsrechtlich rechtfertigungsbedürftig ist der Abgabenzwang. Das Bundesverfassungsgericht hat in jahrzehntelanger Rechtsprechung einen Katalog von Bedingungen aufgestellt, die erfüllt sein müssen, damit außersteuerliche Sonderausgaben verfassungsrechtlich zulässig sind. Entgegen der Ansicht des Verwaltungsgerichts Köln sind diese Bedingungen nach meiner Auffassung für die Zulässigkeit der Absatzfondsabgabe – auch heute noch fünfzehn Jahre nach der Entscheidung des Bundesverfassungsgerichtes – gegeben. Das gilt zum einen für die Voraussetzung, dass Sonderausgaben nur zur Finanzierung eines über die Mittelbeschaffung hinausgehenden legitimen Sachzwecks zulässig sind. Das Verwaltungsgericht bestreitet schon diese Annahme, und zwar mit dem angeblich gemeinschaftsrechtlichen Argument, dass die Stärkung der Wettbewerbsposition der deutschen Agrarwirtschaft schlechthin unzulässig sei. Dies beruht jedoch auf einer viel zu engen Interpretation der europarechtlichen Vorgaben für den Binnenmarkt. Nach diesen Vorgaben richtig verstanden, ist die gesetzliche Stärkung der Wettbewerbsposition von inländischen landwirtschaftlichen Erzeugnissen sehr wohl zulässig, sofern davon keine negativen Auswirkungen auf die

Konkurrenz aus anderen Mitgliedstaaten ausgehen. Gemeinschaftsrechtlich problematisch ist der verdrängende substitutive Wettbewerb. Gemeinschaftsrechtlich unproblematisch ja sogar erwünscht, sind hingegen Maßnahmen, die den Wettbewerb stimulieren und so zum verbesserten Absatz agrarischer Produkte führen. Gerade auf derartige Maßnahmen zielt jedoch das Absatzfondsgesetz ausweislich der Begründung des Gesetzentwurfes ab. Auch am Vorliegen der Voraussetzung hinreichender Homogenität der in Anspruch genommenen Gruppe besteht im Ergebnis kein Zweifel. Nach dem Beschluss des Bundesverfassungsgerichts – man muss sich das immer wieder klar machen, dass so vor 15 Jahren entschieden wurde - bilden die deutschen Unternehmen der Land- und Ernährungswirtschaft, die den Absatzfonds finanzieren, deswegen eine homogene Gruppe, weil sie als Wettbewerber innerhalb der Europäischen Gemeinschaft gemeinsam betroffen sind. An diesem Befund hat sich auch gut fünfzehn Jahre später nichts geändert. Insbesondere auch deswegen nicht, wie das Verwaltungsgericht Köln behauptet, weil der Binnenmarkt zwischenzeitlich vollendet worden ist. Ganz im Gegenteil, der Binnenmarkt mit seiner offenen Konkurrenz zwischen den Anbietern aus den verschiedenen Mitgliedsstaaten ist aus Sicht des Bundesverfassungsgerichts gerade wesentlicher Legitimationsgrund der Absatzförderung und der Abgabenbelastung und keineswegs ein Gegenargument, wie es das Verwaltungsgericht annimmt. Entgegen der Auffassung des Verwaltungsgerichts kommt es für die Zugehörigkeit der deutschen Land- und Ernährungswirtschaft auch nicht auf die deutsche Staatszugehörigkeit der die Betriebe tragenden Gesellschaften oder Kaufleute an. Es geht nicht um deutsche Betriebe im Sinne des Staatsangehörigkeitsrechts oder Sitzlandsprinzips, sondern um die Stärkung der binnenländischen Landwirtschaft mit den daraus resultierenden positiven Gemeinwohlfekten. Auch die Gruppennützigkeit, um das mit einem Satz zu beschließen, ist nach meiner Auffassung gegeben. Das Bundesverfassungsgericht hat immer einen ziemlich großzügigen und keineswegs im engen Sinne synallagmatischen Zusammenhang zwischen Kosten und Nutzen angenommen, sondern eine viel großzügigere mittelbare Nutzbarkeit zugunsten der ganzen Gruppe ausreichen lassen und ich sehe nicht, warum das hier nicht mehr gegeben sein soll. Was schließlich die periodische Prüfung angeht, so wird sie mit diesem Novellierungsverfahren hergestellt, sodass diese Bedenken auch zerstreut sein müssten. Im Ergebnis also keine durchgreifenden Bedenken.

Claus-Peter Witt, Vorstandsvorsitzender der Uelzena eG: Sehr geehrte Frau Vorsitzende, meine Damen und Herren, ich bin sehr froh, dass ich als Vertreter der Deutschen Milchwirtschaft einige Worte an Sie richten kann. Ich bin auch in der komfortablen Situation, dass ich für mich nicht in Anspruch nehmen kann, neutral zu sein. Die Milchwirtschaft ist der wichtigste Teil der deutschen Land- und Ernährungswirtschaft und damit verknüpft ist gleichzeitig, dass wir der größte Beitragszahler im Rahmen des Absatzfondsgesetzes sind. Bei 28 Mrd. kg Milchanlieferung war das Aufkommen, dass die Milchseite eingebracht hat, eine Größenordnung von 33 Mio. Euro. Falls Ihnen das nichts sagt, so entspricht das doch 35 % des gesamten Mittelaufkommens und ich denke, dass diese Zahl auch dokumentiert, dass die Milchbranche nachhaltig zu dem Mittelaufkommen beigetragen hat. Nicht zuletzt vor diesem Hintergrund hat unsere Branche auch ein potientielles und nachhaltiges Interesse an einer effizienten und an den Märkten ausgerichteten Absatzförderung. Die deutsche Milchwirtschaft repräsentiert auch die Milchviehbetriebe, die dahinter stehen – 110.000 sind es in Deutschland mit ihren Familien - und wir reklamieren auch für uns 40.000 Arbeitnehmer in den mehr als hundert mittelständischen Unternehmen der gesamten Molkerei- und Milchwirtschaft. Der Branchenumsatz der deut-

schen Milchindustrie beträgt insgesamt 20 Mrd. Euro, davon 4 Mrd. Euro im Exportgeschäft. Diese Zahl dokumentiert, wie wichtig für uns die Absatzförderung von deutschen Milchprodukten auch im Ausland ist.

Seitens der Milchwirtschaft bringen wir uns in die unterschiedlichen Gremien der Absatzfondsgesellschaft ein. Wir sind in den wesentlichen Gremien und Aufsichtsgremien vertreten und man kann auch sagen, in allen wesentlichen Produktausschüssen, die sich mit Milchprodukten beschäftigen. Wir schicken unsere leitenden Mitarbeiter dort hinein, ohne große Aufwandserstattung, weil wir ein ursächliches Interesse daran haben, nicht nur Verwaltungsmenschen die Aufgaben zu überlassen, sondern auch Input zu geben aus der milchwirtschaftlichen Situation und aus unseren Markterfahrungen. Wir möchten uns nachhaltig auch darum kümmern, die sich ändernden Verzehrgewohnheiten, Verbrauchereinstellungen und soziodemografischen Entwicklungen in die operativen Einheiten der CMA einzubringen. Durch die Heterogenität von persönlichen Meinungen, aber auch der unterschiedlichen Produkte, konzentrieren sich die gemeinsamen Ziele der Absatzförderung insbesondere auf produktübergreifende Themen. Ich denke, das ist auch nahe liegend. Es geht hier - vor allem im Inland - um Verbrauchersicherheit, Lebensmittelqualität und Ernährungsfragen. Im Zeitalter eines hochsensiblen Verbrauchers, eines Verbraucherschutzministeriums und einer Informationsüberflutung halten wir es für wichtig und erforderlich, ganz früh anzufangen mit Verbraucheraufklärung mit der Botschaft, dass Milch eine gute Basis ist für eine gesunde Ernährung. Sie diskutieren im Moment in Berlin die Frage der Kindertagesbetreuung. Ich denke, dass hier auch eine gute Chance wäre über die CMA in einem recht frühen Stadium der menschlichen Entwicklung, also auch bei Kleinkindern, anzusetzen und sich einzubringen und darauf hinzuweisen, dass Milch ein gesundes Lebensmittel ist. Die deutsche Milchwirtschaft hat zu keinem Zeitpunkt die primäre Aufgabe der CMA darin gesehen, für die sofortige Steigerung von Volumen auf den verschiedenen Märkten zu sorgen, sondern wir haben immer gesagt, dass es im Wesentlichen darum gehe, generische Absatzförderung durchzusetzen und ein für alle Unternehmen der deutschen Land- und Ernährungsindustrie günstiges Klima zu schaffen, um milchwirtschaftliche Produkte in den verschiedenen Entwicklungsstadien am Markt zu platzieren und den Verbrauchern nahe zu bringen. Die CMA und auch die ZMP sollen quasi hier den Acker für uns bereiten, für unsere Aktivitäten, auf dem dann die Unternehmen letztendlich mit ihrem Produkt Marketingmaßnahmen aufsetzen können. Die qualitative Absatzförderung ist damit eine der zentralen Aufgaben der beiden Durchführungsgesellschaften des Absatzfonds, der CMA und der ZMP, die sich in quantitativen Zuwächsen der auf diesen Märkten agierenden Unternehmen langfristig niederschlagen sollte.

Zusammenfassend muss festgestellt werden, dass an der grundsätzlichen Notwendigkeit einer Absatzförderung für die deutsche Land- und Ernährungswirtschaft keinerlei Zweifel bestehen und ich möchte abschließend noch mal ganz explizit darauf hinweisen, dass die erhobenen Widersprüche in keinerlei Weise ein Misstrauensvotum gegen diese grundsätzliche Zielsetzung darstellen, sondern sie sind vielmehr zur Absicherung von Rechtspositionen und Rechtsfolgen getätigt worden um Bilanzpositionen auch richtig zu dokumentieren und es war eine schwierige Situation, gerade für den Deutschen Raiffeisenverband mit seinen regionalen Prüfungsverbänden hier einen Einklang zu sehen – das eine, das man gerne will und darüber hinaus Bilanzsicherheit zu schaffen.

Abg. Peter Bleser: Ich möchte eine kurze Wertung abgeben. Ich denke, im Vorfeld einer WTO-Entscheidung und im Vorfeld des Angebotes 2013 Exporterstattungen abzuschaffen, wäre es eine fatale Situation, wenn sich die deutsche Ernährungswirtschaft dieses Werbeinstrument nehmen lassen würde. Es wäre aus meiner Sicht, insbesondere für die mittelständischen Strukturen, die wir in Deutschland überwiegend haben, ein schwerer Wettbewerbsnachteil, wenn es nicht gelänge, gegenüber internationalen Konzernen eine Werbemöglichkeit aufrecht zu erhalten, die uns am Markt entsprechend positionieren ließe.

Vor diesem Hintergrund möchte ich gern Herrn Dr. Cornils noch einmal fragen: Sehen Sie fundamentale Änderungen gegenüber der Situation von 1990, als das Verfassungsgericht schon einmal entschieden hat? Glauben Sie, dass im Umkehrschluss bei einer mangelnden Möglichkeit, dieses Werbeinstrument aufrecht zu erhalten, die Erzeugern sogar klagen könnten, wegen der Benachteiligung gegenüber internationalen Strukturen in der Ernährungswirtschaft? Man würde uns hier ein Instrument des gemeinschaftlichen Handelns nehmen und daher glaube ich, dass dies eine wirklich fundamentale Benachteiligung kleinerer Strukturen ist.

An Herrn Witt hätte ich eine Frage die Milchwirtschaft betreffend: Sie sagten, dass 35 % des Mitteleinkommens aus der Milchwirtschaft kämen und wir haben eine Marktsituation, die nach wie vor unbefriedigend ist, was die Preisgestaltung angeht. Hier sind wir nach dem Auslaufen der Milchquote auf entsprechende Exportmöglichkeiten angewiesen, die andere mit den ihnen zur Verfügung stehenden Mitteln in Großstrukturen leichter generieren können. Sehen Sie eine Notwendigkeit auch bei der Internationalisierung der Märkte, dieses Instrument zu nutzen und wo sehen Sie die Anwendungsmöglichkeit in Drittmärkten, insbesondere in Schwellenländern, wo eine Infrastruktur wie bei uns in Europa nicht vorhanden ist?

An Herrn Born möchte ich die Frage richten, wie er die Situation im europäischen Ausland einschätzt, welche Möglichkeiten den Erzeugern und der verarbeitenden Wirtschaft dort gegeben sind, in diesem Bereich Werbung zu betreiben?

Abg. Marlene Mortler: Ich möchte zunächst einmal grundsätzlich festhalten, dass alle Experten sich in einem Punkt einig sind, dass das zentrale Marketing und die Absatzförderung ein ganz wichtiger Punkt für die Zukunft sind. Sie haben sich für die zentrale Absatzförderung ausgesprochen.

Die Novelle beschäftigt sich nicht nur mit der Absatzförderung sondern auch mit der Holzabsatzförderung. Für mich ist es interessant, dass die Vertreter diese Novelle ausdrücklich begrüßen, weil sie sagen, wir können es nicht allein leisten, wir sind klein strukturiert und es ist wichtig, dass unsere Interessen gebündelt werden. Außerdem sagt man, die Bürokratie wird ein Stück weit zurück gedrängt, wenn es um die Erstattung der Personalkosten geht. Ich möchte ausdrücklich noch einmal betonen, dass man die Absatzförderung auch nicht in Frage stellt, obwohl diese generische Werbung ja Voraussetzung ist für staatliche Beihilfen. Damit möchte ich überleiten zum Punkt Milch. Auch hier freut es mich, dass der Experte, Herr Witt, zur Milch unter anderem gesagt hat, dass die CMA in den vergangenen Jahren durch eine ausgewogene Mischung von rationaler und emotionaler Kommunikation die Anforderungen der Milchwirtschaft umfassend erfüllt und meine Beitragszahler sehen die Beiträge

nicht so sehr als Zwangsabgabe, sondern als Solidarbeitrag zur Absicherung der Land- und Ernährungswirtschaft in Europa. Mich freuen persönlich auch die Aussagen von Herrn Cornils, wenn es um das Thema EU-Recht bzw. Verfassung geht, um die Aussagen zu Homogenität und Gruppennützigkeit. Nun komme ich zu meinen Fragen und einem Brief, den ich seit gestern im Büro liegen habe. Ich zitiere: "Wie Sie und auch die Regierung mittlerweile erkennen müssen, nützt die CMA nur den Industriebetrieben, dem LEH und den Verbänden. Die Beitragszahler müssen nur die Zwangsabgabe leisten. Wer verkaufen und Marketing betreiben will, muss dies selbst tun und braucht keine erfolglose CMA. Wir erwarten bei den anstehenden Beratungen dies zu berücksichtigen und endlich die CMA abzuschaffen oder die Regierung muss die Kosten übernehmen und nicht die Erzeugungsbetriebe damit belasten." Hierzu hätte ich gern eine Aussage von Herrn Witt und dem Deutschen Bauernverband. Die nächste Frage betrifft Neuland. Neuland setzt sich sehr stark für Transparenz ein und deshalb frage ich, ob Sie in der Vergangenheit mit der CMA zusammengearbeitet haben. Wenn ja, in welcher Form? Haben Sie Geld bekommen, wie viel und wofür? Eine dritte und letzte Frage betrifft das Thema Qualitätssicherung. Auch hier hat sich der Vertreter von Neuland gegen eine Werbung für Qualitätssicherung durch die CMA ausgesprochen. Da hätte ich auch gern eine Antwort vom Vertreter der Milchwirtschaft dazu.

Abg. Gustav Herzog: Zunächst ein herzliches Dankeschön an unsere Sachverständigen für die mündlichen Vorträge und das, was sie uns schriftlich herein gegeben haben. Ich denke, das ist eine wertvolle und hilfreiche Arbeitsgrundlage für die Entscheidung für diese kleine Novelle aber auch für die Debatte, in der wir uns befinden. Die Berliner Redezeitregelung ist gedacht zur Disziplinierung der Abgeordneten als Fragesteller, das ist also nicht gegen Sie gerichtet. Trotzdem erlaube ich mir eine Vorbemerkung, dass wir schon einmal in dieser Runde zusammen saßen und die Novelle schon einmal beschlossen hatten zum Absatzfondsgesetz – auch im Deutschen Bundestag. Leider ist sie dann im Vermittlungsausschuss versendet, um nicht zu sagen, an bestimmten Personalentscheidungen gescheitert. Aber über diese sehen wir jetzt hinweg. Diese kleine Novelle – und da habe ich von keinem der Sachverständigen Widerspruch gehört – soll die Kostenerstattung regeln, die Entflechtung und personelle Veränderungen im Zentralausschuss vornehmen. Ich denke, das können wir so machen. Ich gehe weiterhin davon aus, dass sowohl nach dem bisherigen Gesetz als auch nach der kleinen Novelle keinerlei Schwierigkeiten hinsichtlich der Verfassungsmäßigkeit und der EU-Konformität bestehen. Jetzt zu meinen Fragen an Herrn Born, Herrn Backhaus, Herrn Dettmer und Herrn Becker. Können Sie sich vorstellen, dass durch eine Ausschreibung und nicht mehr durch das Festhalten an den Durchführungsgesellschaften mehr Qualität und Effizienz in das System gebracht werden könnte? In diesem Zusammenhang die Frage an Herrn Cornils, ob es eine rechtliche Relevanz gebe, wenn wir in dieser Frage nicht jetzt im Gesetzgebungsverfahren aber in Zukunft etwas ändern, also nicht mehr über die Durchführungsgesellschaften sondern in einer größeren Pluralität agieren? Herr Backhaus, Sie haben mehrfach betont, dass aus Sicht des Landes das bisherige System alternativlos wäre. Heißt das auch, dass die Bundesländer und - die Frage dann auch an Herrn Witt als Vertreter der Milchwirtschaft -, dass die Branchen aus sich heraus nicht in der Lage wären, ein ähnliches System auf die Beine zu stellen wie es jetzt die CMA hat. Von der Förderung des Exportmarketings bis hin zu den Messeauftritten, Point of Sale-Schulungen und dergleichen. Das also von daher auch die Alternativlosigkeit begründet wird. An Herrn Born möchte ich die Frage richten, ob er

sich als Vertreter einer ganz gewichtigen Gruppe vorstellen könnte, dass man grundsätzlich für mehr Transparenz sorgen solle. Es hat mich schon etwas pikiert, dass Herr Becker mehrfach ausführen konnte, er hätte nicht genügend Informationen gehabt. Ich habe diese Informationen als Mitglied im Verwaltungsrat und ich kann sie natürlich hier nicht auf den Tisch legen. Also, die Frage an Sie, können Sie sich vorstellen, dass dort mehr Transparenz gewährleistet wird und dass sowohl der Absatzfonds als auch CMA und ZMP die Zahlen auf den Tisch legen. Eine weitere Frage an Herrn Born wäre: Es gab vor einigen Monaten in dem Bereich Ihrer Verbandsgliederungen vereinzelt Aufrufe. Können Sie noch einmal erläutern, wie diese zustande gekommen sind und warum die jetzt unterbleiben?

An Herrn Weizbauer: Es hat mich schon etwas irritiert, dass Sie gesagt haben, Sie sind so mit der Arbeit der CMA nicht zufrieden. Wenn ich aus dem Jahresbericht 2005 des Verbandes Deutscher Mühlen zitieren darf: „ Der Verband hat in gewohnt intensiver Weise in den Gremien der CMA mitgearbeitet. Im Produktausschuss Brotgetreide wurden Verkaufsförderungsaktionen beschlossen und umgesetzt, so z.B. durch die Konzipierung von Kinospots, Aktionen zum Thema Snack, zum Thema Mehl bzw. Brot – unter dem Stichwort „Deutschland hat Geschmack“. Da irritiert mich Ihre Stellungnahme etwas. Wir hatten ja bereits ein Gespräch. Sie haben das öffentlich angesprochen und ich möchte nun öffentlich reagieren. Für mich ist das widersprüchlich und ich denke, dass der Verband der Mühlen auch durch die Unterstützung für die GMF durchaus für sich in Anspruch nehmen kann, von der CMA gut behandelt worden zu sein.

Herr Becker an Sie noch einmal eine Bemerkung: Es ist richtig, als Wissenschaftler brauchen Sie keine Interessen zu vertreten. Es ist unsere Aufgabe als Abgeordnete, die Interessen der deutschen Landwirtschaft hier im Ausschuss zu vertreten. An Sie die Frage: was gäbe es denn für Alternativen, wenn jetzt der Absatzfonds oder das Gesetz als nicht verfassungsgemäß angesehen würde? Wer soll in Zukunft – wir haben jetzt über Absatzförderung, Verbraucheraufklärung und dgl. gesprochen – wer soll auf Krisen, wie BSE, Vogelgrippe und anderes reagieren? Es gerät leicht in Vergessenheit, dass es damals die CMA mit Geld des Absatzfonds war, die darauf reagiert hat.

Abg. Hans-Michael Goldmann: Herzlichen Dank an die Sachverständigen für die Stellungnahmen. Ich will nicht verhehlen, dass manche mich besonders erfreut haben. Im Bereich der rechtlichen Bewertung war das Herr Dr. Cornils, aber ich fand auch die Ausführungen von Herrn Dr. Becker sehr interessant. Ich finde, Sie haben da etwas angesprochen, das wir hier abklären müssen. Die Informationen, die einigen zur Verfügung stehen, sind wohl völlig andere, als die, die anderen zur Verfügung stehen. Ich bin begeistert, dass Herr Herzog das alles weiß. Ich wundere mich nur, warum er das nicht bei der Debatte um die kleine Novelle eingebracht hat. Da haben wir diese Dinge hinterfragt und auch in den Ausführungen der Sozialdemokraten im Parlament habe ich da einiges vermisst.

Herr Bleser hat in seinen Ausführungen von der deutschen Ernährungswirtschaft gesprochen. Ich meine das ist der Knackpunkt. Es geht hier nicht um deutsche Ernährungswirtschaft sondern um die deutsche Landwirtschaft und ich meine, dass Herr Weizbauer das in seinen Ausführungen sehr deutlich gemacht hat. Deswegen noch einmal die Nachfrage an Herrn Weizbauer: Sie haben den Nutzen für die Landwirtschaft betont, aber für die Ernährungswirtschaft – für Ihren Bereich die Müllerei – haben Sie das sehr infrage gestellt. Ich frage Sie also: Wo sehen Sie die zentralen Defizite und glauben

Sie, dass durch mehr Transparenz mehr Effektivität im bestehenden System zu erzielen ist? An Herrn Prof. Becker habe ich die Frage: Sie unterscheiden in Ihrer Stellungnahme zwischen Werbewirkung und Werbeerfolg. Sind Sie der Meinung, dass eine Werbung „Deutschland hat Geschmack“ Werbewirkung und Werbeerfolg miteinander verbindet? Sie sagen ja zur Exportwerbung. Können Sie vielleicht an einem Beispiel einmal deutlich machen, wie Sie eine solche Exportwerbung ausgestaltet sehen? Sie stellen die Wechselwirkung zwischen positiver Auswirkung CMA auf Qualitätssicherungssysteme ein wenig infrage. Ihre Formulierung ist da ja relativ drastisch. Können Sie vielleicht erläutern, warum Sie der Meinung sind, dass also Qualitätssicherung, die zum Ausdruck bringt, dass deutsche Produkte qualitätssicher sind, eher eine Negativwerbung ist, weil man damit gleichzeitig zum Ausdruck bringt, dass es relativ viele Produkte geben muss, die nicht qualitätssicher sind?

Dann habe ich noch eine Frage an Herrn Witt: Sie sind in einem Bereich tätig, der uns allen sehr am Herzen liegt. Welche Erfolge sind mit der CMA im Bereich der Milchindustrie direkt zu verbinden? Sind also Absatzerfolge von Uelzena, Nordmilch oder anderen in osteuropäischen oder asiatischen Märkten damit zu begründen, dass sie eine generische Werbung betonen oder handelt es sich nicht eher um eine produktausgerichtete Werbung, die dabei zum Tragen kommt?

Eine Frage dann noch an Herrn Dr. Born: Sie sehen Erneuerungsbedarf – muss also dieser kleinen Novelle nicht doch eine große Novelle folgen, die das Produkt nicht nur verfassungsmäßig und rechtlich sicher macht, sondern dem Grundgedanken Rechnung trägt, dass für deutsche Agrarprodukte diese Werbung auf eine zukunftsfähige Basis gestellt wird? Sehen Sie hier Handlungsbedarf?

Abg. Dr. Kirsten Tackmann: Die Berliner Runde führt auch dazu, dass wir uns als Opposition beschränken müssen. Wenn ich jetzt eine Frage an alle Experten stellen würde, hätte jeder eine Minute Zeit zu antworten. Ich halte das schon für eine eklatante Benachteiligung. Offensichtlich gibt es eine ganz zentrale Frage: In wessen Interesse handelt die CMA? Im Interesse der Beitragszahler oder ist es eigentlich nicht Interessenvertretung der Weiterverarbeiter? Da ist also die Frage, wie man das lösen kann. Herr Becker sagte bereits, dass man neue Agrarmarketingstrukturen und neue Absatzförderung im Interesse der Beitragszahler brauchen würde. Aber ich möchte meine wertvolle Redezeit von 8 Minuten an Herrn Becker übergeben, damit er seine Ergänzungen machen kann.

Die Vorsitzende: Ich bedanke mich auch ganz herzlich bei allen Sachverständigen. Für die Fraktion der Grünen möchte ich die Fragen an Herrn Dettmer stellen. Frau Mortler hat zum Teil die Stellungnahmen zur Kenntnis gebracht und ich denke, die kennen Sie auch. Wir haben gerade aus der Landwirtschaft und auch aus der Ernährungswirtschaft ziemlich geharnischte Briefe erhalten, die zum Ausdruck bringen, dass die bisherige Zwangsabgabe als völlig ungerechtfertigt, wirkungslos und abzuschaffen angesehen wird. Meine Frage vor diesem Hintergrund wäre: Die Akzeptanz ist sehr gering und es gibt einen Teil der Kritik, die sich auf die Struktur der CMA und des Absatzfonds bezieht, - um es locker zu sagen - das sei sozusagen ein Versorgungsprogramm für Funktionäre. Es gebe viel zu hohe Verwaltungsausgaben und insgesamt aus dieser Struktur heraus eine große Ineffizienz. Zu erwähnen sind auch die Stellungnahme von ABL und anderen, die auch ganz klar Kritik äußern. Das zweite ist, die Diskussion um eine neue inhaltliche Ausrichtung des Absatzfonds bzw. der CMA. Es

gibt Erklärungen – auch in der Öffentlichkeit –, die die neue Zielsetzung stärker auf Wertschätzung von Lebensmitteln, auf Qualität und auf den Export ausrichten wollen. Sind Sie der Auffassung, dass sich eine solche Neuausrichtung bereits in der Arbeit des Absatzfonds wie auch in deren Haushalt und insgesamt niederschlägt? Wie sehen Sie insgesamt eine mögliche Neuausrichtung von Absatzfonds und CMA auch mit der Möglichkeit, die Monopolstellung zu beenden?

Das wären die ersten Fragerunden und ich bitte, mit der Beantwortung zu beginnen. Ich beginne mit Herrn Dr. Born.

Dr. Helmut Born, Generalsekretär, Deutscher Bauernverband: Herr Bleser hatte angefragt, wie Deutschland gegenüber den Mitbewerbern in der Europäischen Union dastehe. Ich lasse mal offen, dass wir natürlich weltweit große Exporteure bei Milch haben, wie z.B. Neuseeland, wo ein erheblicher Werbeaufwand betrieben wird oder den Nord- und Südamerikanern, die uns weltweit im Exportgeschäft begegnen. Was Europa angeht, da habe ich hier eine Liste, die Herr Backhaus eben auch schon angesprochen hat. Im Jahre 2003 sind da für etwa zehn EU-Länder die Summen aufgelistet, die Liste können wir gern zur Verfügung stellen. Ich will jetzt nur zwei erwähnen. Die Franzosen haben im Jahre 2003 286 Mio. € eingesetzt, das entspricht in etwa dem Absatzfonds CMA und ZMP. Davon waren 166 Mio. € durch Abgaben gedeckt. Sie sehen, da sind über 100 Mio. € auch noch staatliche Mittel hinein geflossen, die wir auf deutscher Seite gar nicht haben. Das macht ein Abgabenvolumen am Produktionswert von 0,34 % aus. In Deutschland sind die Vergleichszahlen im Jahre 2003, dort waren wir noch sehr hoch in den Aufwendungen, 159 Mio. €, davon 108 Mio. € durch Abgaben. Es sind also vor allem EU-Mittel und Reserven zusätzlich eingesetzt worden, Abgaben am Produktionswert betragen 0,25 %. Zum Vergleich ein letztes Land, nämlich die Niederlande: 109 Mio. € insgesamt, 58 Mio. € Abgaben, 0,41 % am Produktionswert. Da sieht man, dass das, was wir hier in Deutschland machen, auf das Abgabenvolumen bezogen unteres Mittelfeld ist. Da hinein müssen wir uns als Agrarwirtschaft fügen, wobei ich da keinen großen Unterschied zwischen Ernährungswirtschaft und Agrarwirtschaft mache.

Frau Mortler hat einen Brief zitiert, der sich sehr kritisch auseinandersetzt mit dem, was wir tun. Diese Briefe bekommen wir auch. Es wäre nicht korrekt, wenn man sagte, alle Bauern jubeln, wenn man sich über die Abgabe unterhält. Aber ich will es nicht bagatellisieren, wenn man fragen würde, ob wir Steuern zahlen wollen, würden wir wahrscheinlich auch dagegen sein. Es ist eine Frage, wie es gelingt, jedem einzelnen Landwirt klar zu machen, dass die Mittel, die erhoben werden, auch für ihn persönlich einen Vorteil bieten. Das ist manchmal schwer, z.B. vor einem Jahr befand sich die Gruppe der Geflügelzüchter in einem fürchterlichen Desaster, das durch die Vogelgrippe hervorgerufen war. Es kam darauf an, diesen Markt zu retten und wenn wir die CMA mit ihren Möglichkeiten beim Geflügelfleisch nicht gehabt hätten, befänden wir uns heute in einer viel schwierigeren Situation. Ich will deutlich machen, dass die Mittel - egal ob bei Milch oder Fleisch – welche nicht nur bei generischen Marketingmaßnahmen, sondern auch in anderen Feldern eingesetzt werden, gut eingesetzt sind.

Zur Frage von Herrn Herzog: Ich kann hier mit einem eindeutigen Ja antworten. Die Transparenz ist da und wo sie nicht ist, wollen wir sie gern herstellen. Das Problem bei Herrn Becker ist, er glaubt uns manchmal die volle Wahrheit nicht. Der Zentralaussschuss ist ein freiwilliger Zusammenschluss der Verbände Deutscher Raiffeisenverband, DLG, Verband der Landwirtschaftskammern und des Deutschen Bauernverbandes. Der hat eine Geschäftsordnung und mehr ist da nicht. Das ist der Zentralaussschuss, der jetzt ergänzt wird durch den Zentralverband Gartenbau. Herr Becker vermutet immer sehr viel mehr, aber wir können ihm nicht mehr liefern außer, das es vor dreißig, vierzig Jahren einen Briefwechsel zwischen den beteiligten Verbänden gab, der besagt, dass man sich für bestimmte Aktivitäten abstimmen wollte, z.B. wer welche Leute in die Gremien hineinschickt. Das ist der Zentralaussschuss der Deutschen Landwirtschaft – nicht mehr und nicht weniger.

Was die Zahlen zum Absatzfonds und zur CMA angeht, da glaube ich, dass man nicht transparenter sein kann als das Mittelaufkommen und die Mittelverwendung jährlich und in Zwischenberichten im Vorhinein und Nachhinein darzulegen. Es gibt Informationspflichten, denen auch nachgekommen wird.

Zu der Frage nach den Aufrufen, auch von Landesbauernverbänden: Herr Herzog, Sie denken an NRW, glaube ich. Ich gebe gern zu, dass wir über diese nicht erfreut waren. Dahinter steckte aber die gleiche Argumentation wie sie Herr Witt angesprochen hat. Auch die beiden Landesbauernverbände in NRW unterstützen den Absatzfonds und die CMA sehr. Sie sagen aber, wenn Rechtspositionen gewahrt werden müssen - so wie das auch im Raiffeisenverband gegenüber den Molkereien und angeschlossenen Unternehmen der Fall ist – soll das auch getan werden. Ob das hilft, gerade in einer so schwierigen Diskussion, das ist eine verbandspolitische Wertung. Wir sehen das anders als die beiden Verbände in NRW und in einer folgenden Präsidiumssitzung haben wir da auch wieder Gleichklang bekommen.

Herr Goldmann, auf die letzte Frage, ob wir anstatt der kleinen Novelle, nicht eigentlich die große machen müssten: Wir werben sehr dafür, die kleine jetzt durchzuziehen und dann das Verfassungsurteil abzuwarten. Dann muss man prüfen, was an nächsten Schritten notwendig ist. Ich will jetzt nicht auf Details eingehen, die man mit und ohne Novelle innerhalb der Gremien und der Strukturen von CMA und Absatzfonds anpacken kann. Ich glaube schon, dass die Reaktion auf Notwendigkeiten im Marketing aber auch in der Begleitung der gesamten Produktionskette sehr viel intensiver geworden ist in den letzten Jahren. Ich kann nochmals an die Dokumentation und Rückverfolgbarkeit erinnern. Ohne den Schwenk der CMA zur Unterstützung dieser Einrichtungen wäre das sehr schwer gewesen und zu Herrn Dettmer – Regionalität und besondere Produkte, die auf artgerechte Tierhaltung setzen, wären ohne den Anschub aus der CMA hinaus, so gar nicht in den Markt hineinzubringen gewesen. Das können Sie auch für viele Öko-Produkte sagen. Man sieht, dass dieser Absatzfonds atmet und auf Entwicklungen im Markt reagiert.

Dr. Till Backhaus, Minister, für Landwirtschaft, Umwelt und Verbraucherschutz Mecklenburg-Vorpommern: Ich bin gefragt worden, wie ich zu einer dezentralen oder alternativen Lösung stehe.

Fragen Sie in den Unternehmen herum, ob die IHK-Beiträge oder Zwangsbeiträge hochgradig akzeptiert sind. Da würde ich denken, auch die Industrie fühlt sich nicht immer optimal vertreten, es machen jedoch alle mit. Ich finde schon, dass dieser Vergleich auch ein bisschen hinkt, da wir eine andere Situation haben. Ich glaube, wenn man sich Europa oder die Welternährungswirtschaft und – landwirtschaft anschaut, dass Deutschland insgesamt sehr gute Chancen hier auch in der Zukunft hat – und da sehe ich auch den Schwerpunkt, einmal die Exportförderung zu sehen, da wären wir aus den Ländern in einer Kleinstaaterei, in der wir uns leider ja zum Teil immer noch befinden, überhaupt nicht in der Lage. Ich bin schon der Auffassung, dass das tatsächlich alternativlos ist. In dem Zusammenhang ist aus meiner Sicht auch noch einmal zu unterstreichen, wenn man sich den § 1 des Gesetzes anschaut, dann wird klar und deutlich, dass es einmal um den Absatz und die Verwertung von Erzeugnissen der deutschen Landwirtschaft und Ernährungswirtschaft geht und dieses zentral zu fördern ist. Ich halte das nochmals für richtig und auch notwendig. Es geht um die Erschließung und Pflege von Märkten im In- und Ausland. Dann kommt die Frage, die Herr Dettmer aufgeworfen hat dazu, ob die Mittel und Methoden – dazu zähle ich auch neue Methoden und Produktentwicklungen – gerade vor dem Hintergrund der Verbesserung der Qualität und der Sicherheit reichen. Wenn man die Umfragen der CMA betrachtet, auch das will ich noch einmal herausstellen, ZRP müssten wir dann in den Ländern selber machen sowie auch den Holzabsatzfonds. Wie soll das in den Ländern umgesetzt werden? Es wird Klagen hageln, weil die Länder eigene Kriterien aufstellen und sofort die Diskussion auf dieser Ebene stattfindet. Damit kommen wir keinen Millimeter weiter. Das was ich auch sehe, ist, ob die Vertreterinnen und Vertreter die Transparenz, die die Landwirte erwarten, walten lassen. Wenn ich mir das überlege, so sind ca. 400 Vertreterinnen und Vertreter der Land- und Ernährungswirtschaft in den Gremien vertreten. Ob hier immer die vollständige Transparenz stattgefunden hat und ob die zentrale Werbung – das ist auch ein Hauptthema - die Landwirte so akzeptieren, da wage ich ein Fragezeichen zu setzen. Ich will also nochmals appellieren, denn ich glaube, dass es notwendig ist, auf der einen Seite eine engere Verknüpfung zu den Maßnahmen zu bekommen, d.h. dass das zentrale Marketing auf den Prüfstand gestellt wird, aber das wir auch die Querverbindungen in Richtung massive Exportförderung und auch die regionalen Besonderheiten stärker in den Fokus nehmen. Dabei ist mir aus der Sicht unseres Landes besonders wichtig, dass gerade auch die Frage der Verbrauchersicherheit im Zusammenhang mit dem Stellenwert der Ernährung deutlich weiter gestärkt werden sollte, auch in Richtung der Tatsache, dass wir auch in der Debatte um Kinder und Schulen, tatsächlich die Verbraucher der Zukunft an uns binden sollten und da meine ich, wären wir gut beraten, eine engere Verknüpfung zwischen CMA und den Ländern weiter voranzubringen. Abschließend – man stelle sich auch vor – wir sollten dann internationale Messen bestücken, das müssten wir dann alles alleine machen. Hier werden auch neue Absatzmärkte erschlossen, dazu wären wir in dieser Form nicht in der Lage.

Jochen Dettmer, Neuland e. V., Bundesgeschäftsführer: Zunächst einmal zur Frage von Frau Mortler. Natürlich haben wir Maßnahmen im Rahmen des regionalen dezentralen Marketings mit der CMA gemacht. Das aber weniger als Verein, sondern über die Erzeugergemeinschaften, die in den Bundesländern angeschlossen sind. Ich kann Ihnen keinen kompletten Überblick geben, wie viel Gelder da hinein geflossen sind. Es war aber mehr oder weniger eine Flankierung und wir haben es am Anfang schon ohne die CMA geschafft, das Programm über die großen Verbände wie Tierschutzbund,

BUND und ABL zu propagieren. Aber dennoch ist es wichtig und das stelle ich auch nicht in Frage, dass man zusammenarbeiten muss und dass das dezentral regionale Marketing ein sinnvolles Instrument ist, was auch weiter ausgebaut werden sollte und deswegen kann ich hier auch gleich überleiten zur zweiten Frage von Herrn Herzog. Gerade die Erfahrungen, die wir mit den Ländern gemacht haben, insbesondere Niedersachsen, NRW, aber auch in den anderen Bundesländern, zeigen wie wichtig die Mittel sind, die die CMA im Rahmen des dezentral-regional Marketings und Ländermarketings zur Verfügung gestellt hat. Als Aufsichtsratsmitglied der Agrar- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt war ich schon erschreckt, wie die Kürzung in diesem Jahr ausgesehen hat und wie viele sinnvolle Projekte auf der Strecke geblieben sind. Das hat mich sehr verwundert, nachdem ich die Zahlen von Herrn Born gelesen habe, dass da in einigen Bereichen, über die man eher hätte diskutieren können, Mittel nicht in dem Maße gekürzt worden sind, wie ich es für sinnvoll gehalten hätte, um diese Mittel dann den Ländern zur Verfügung zu stellen. Das ist ein Schräggewicht, was man hätte ausgleichen können, und auch noch in den nächsten Jahren ausgleichen könnte. Ich wollte damit sagen, dass die Länderagrarmarketinggesellschaft mittlerweile einen sehr wichtigen Beitrag zur Weiterentwicklung eines modernen Agrarmarketings leistet. Von daher macht ein Ausschreibungsverfahren durchaus Sinn, weil es in der Kompetenz, die dort ist, nicht nur um reine Fragen geht, die auf ein Land spezifiziert sind, sondern auch um grundsätzliche Fragen geht, die sich mit Marktdifferenzierung, mit Qualitätsführerschaft, mit Genussorientierung – man sehe sich einmal Österreich an, was dort mittlerweile für ein Marketing gemacht wird in der Genussorientierung - befassen. Von daher würde das zu einem erheblichen Mehr an Effizienz und an Know how führen und natürlich auch den Haushalt der Länder entlasten. Ich glaube, dass die Länder daran ein Interesse haben, dass also in diesem Sinne die Marketinggesellschaften auch Möglichkeiten haben, weiter zu existieren, da es in einigen Ländern ziemlich bedrohlich aussieht und die Sparorgien – was ich z.B. in Niedersachsen sehe - , an die Existenzfähigkeit herangehen. Die Länder haben hier scheinbar wirklich keine Finanzmittel. Deswegen denke ich, ist das eine ganz wichtige Diskussion, ein Ausschreibungsverfahren ernsthaft zu erwägen.

Nun zu der Frage von Frau Höfken, inwieweit die Akzeptanz eine Rolle spielt. Es ist mehrfach erwähnt worden und bei uns in den Verbänden, die ich mit repräsentiere, ob dass das Agrarbündnis ist oder die Verbände, die außerhalb des Deutschen Bauernverbandes sind, gibt es hierzu eine breite Diskussion, auch zu der Frage, warum diese Gruppen nicht angemessen in der Transparenz und in den Gremien mit berücksichtigt werden. Ich denke, das ist nach wie vor unbeantwortet und kann auch in die kleine Novelle noch einfließen. Eine innerliche Neuausrichtung, wie sie angekündigt worden ist, Wertschätzung, Qualität und Export, habe ich nicht erkennen können. Im Gegenteil das, was man hätte stabilisieren können im Rahmen des Haushaltes, wie es auch Herr Born ausgeführt hat, 2007 sind entsprechende Kürzungen vorgenommen worden. Man hätte hier auch andere Prioritäten setzen können und ich hoffe, dass dies im Haushalt 2008 entsprechend gemacht wird, um auch deutlich zu machen, dass es hier eine Neuausrichtung in der Richtung Export gibt und auch Ländermarketing, wie dezentrales-regionales Marketing gibt – auch wenn das Geld weniger geworden ist, denke ich, kann in diese Richtung kurzfristig agiert werden.

Manfred Weizbauer, Hauptgeschäftsführer Verband Deutscher Mühlen e.V.: Ich möchte die Frage von Herrn Herzog nach den Leistungen der CMA und die Einschätzung aus Sicht des Verbandes

beantworten. Ich möchte jedoch vorher noch eine generelle Bemerkung machen: Es ist doch auffällig, dass heute bei allen hier im Raum sowohl der Holzabsatzfonds als auch der Weinabsatzfonds, den es ja auch gibt, überhaupt nie in die Diskussion gestellt wird. Das heißt, offensichtlich sind die Absatzfondseinrichtungen, die produktbezogener sind, die transparenter sind bei der Gruppe stärker akzeptiert, als eine Organisation, die mehrere Interessen und mehrere Branchen abdecken muss.

Ich hatte vorhin gesagt, dass wir den Absatzfonds aus Sicht der Müllerei brauchen, letztlich um gemeinsam in der ganzen Wertschöpfungskette Getreide das Geld für Marketing und Absatzmaßnahmen „einzusammeln“. Zur Leistung der CMA: Da muss man im Getreidebereich – und das ist auch die Differenzierung zu vielen anderen Bereichen – anerkennen, dass bei Milch, bei Fleisch, bei Zucker Produkte geliefert werden, die der Endverbraucher konsumieren kann. Das ist bei Malz, bei Mehl nicht oder nur in ganz engen Grenzen der Fall. Unsere Produkte werden weiter verarbeitet – entweder die Malzprodukte in der Brauerei oder Mehl in der Bäckerei. Insofern sind wir auf einem anderen Level und das ist eine Aufgabenstellung, wo sich die Politik Gedanken machen muss, ob sie die Branchen, die Endverbraucherprodukte liefern, gleichbehandeln sollte oder muss, mit den Branchen, die Produkte zur Weiterverarbeitung liefern. Ich kann noch einmal an das Thema Interventionsmarktordnung erinnern. Da ist es letztlich ähnlich. Da ist bei uns die Getreideseite auf der Intervention. Wenn Sie Milch, Fleisch oder Zucker nehmen, dann werden die Verarbeitungsprodukte interveniert und das hat einen guten sachlichen Grund. Insofern wäre durchaus eine branchenmäßige Untergliederung auch unter dem Dach der CMA überlegenswert, um diese stärker branchenmäßig auszurichten und letztlich auch transparenter und effektiver zu machen. In unserem speziellen Bereich ist es so, dass die CMA für Getreideexport im Prinzip kaum etwas tun kann. Das sind große internationale Ländergeschäfte. Dasselbe gilt auch für Mehl. Brot und Brötchen geht im grenznahen Bereich bei Frischeprodukten, geht etwas weiter bei Spezialprodukten, wie Vollkorn, Pumpernickel und verpackter Ware und dann ist Mehl vielleicht ein bisschen bei Süßwaren drin, wo die Präsenz deutscher Produkte hilfreich ist. Hier könnte die CMA auch flankierend aktiv werden. Unser Engagement leidet jedoch nicht an der Effizienz oder der mangelnden Leistung der CMA, sondern wir haben in der Branche ein anderes Produktsortiment und andere Anforderungen als vielleicht bei Milch oder bei Zucker. Insofern muss man das differenzieren. In dem Bereich, wo wir aktiv sind, wie im Binnenmarkt, da hat die Arbeit der CMA einiges Positive bewirkt und dass die Ausschussvertreter im Brotgetreideausschuss aus unserer Branche aktiv mitarbeiten und sich ihre Aktivitäten dann auch in unserem Jahresbericht niederschlagen, das ist selbstverständlich. Auf die Frage von Herrn Goldmann zum Nutzen des Agrarmarketings für Landwirtschaft und Ernährungswirtschaft: Das wird aus meinen bisherigen Ausführungen schon deutlich, für die Müllerei ist der Nutzen in der Tat sehr begrenzt und kann nur sehr begrenzt sein. Für den Bauernverband ist es letztlich unerheblich, ob Getreide in Körnerform, in Fleischform, in Bioäthanol oder in einer anderen Form verarbeitet wird. Dass die Branchen wie Bäcker und die Brotindustrie, die in den Gremien auch vertreten sind, da gern mitarbeiten, weil sie letztlich keinen Beitrag entrichten, ist auch klar – das liegt auf der Hand. Insofern ist das logischerweise differenziert und ich möchte mein Petitum wiederholen: Man sollte über Differenzierung und Struktur nachdenken. Qualitätssichernde Aufgaben sind meines Erachtens Aufgaben, die die Wirtschaft erfüllen muss. Das kann die CMA allenfalls begleiten. Das was bei einigen Lebensmittelskandalen in der Vergangenheit war, da konnte die CMA im Vorfeld auch nicht helfen und da kann vielleicht in der Öffentlichkeitswahrnehmung

die CMA etwas abschwächen, aber letztlich ist da primär die Wirtschaft aufgefordert, ihre Hausaufgaben zu machen.

Prof. Dr. Tilman Becker, Geschäftsführender Direktor des Institutes für Agrarpolitik und Landwirtschaftliche Marktlehre der Universität Hohenheim: Ich möchte zuerst auf die Frage von Frau Mortler eingehen. Es ging hier um die Ausschreibung. Es ist sicher sinnvoll, wenn die CMA die Möglichkeit hat, die Beitragserhebung und auch deren Art und Weise, der Institution zu übertragen, die sie für geeignet hält. Das ist ein ökonomisches Grundprinzip – die Herren von der FDP werden mir sicher Recht geben - denn sie verteidigen immer die ökonomischen Grundprinzipien. Ich sehe nichts, was dagegen sprechen würde.

Milch ist ein besonderes Produkt. Deswegen haben wir auch Befürworter von Milch, die die CMA befürworten, und Gegner von Getreide. Milch ist das Produkt, das nicht so leicht durch andere landwirtschaftliche Produkte zu substituieren ist. D.h. wenn ich Werbung für Milch mache, mache ich gleichzeitig Gegenwerbung oder versuche, Coca-Cola-Kunden, Saftkunden u. a. abzuwerben und das sind weitgehend nicht landwirtschaftliche Produkte, der Einsatz der landwirtschaftlichen Produkte in diesen Erzeugnissen ist relativ gering. Deshalb sind die Milcherzeuger dafür, Fleischerzeuger würden das schon ganz anders sehen, Käseerzeuger ebenfalls. Da treibt eine Werbung die Kunden von einem Produkt zum anderen. D.h. insgesamt, mehr essen können wir nicht. Es sei denn, wir werden dicker und dann müssen wir wieder Werbung machen, dass man nicht zu dick werden darf. D.h. es bringt nichts für alle Produkte in gleicher Weise zu werben, wenn man nur anderen Produkten die Kunden abwirbt. Milch ist da eine Ausnahme und deshalb ein schönes Beispiel und da ist die Unterstützung sehr hoch.

Herr Herzog fragte Alternativen an, in fast allen anderen Ländern Europas haben wir so etwas wie Produktschatten. Die Finanzierungsformen sind da sehr unterschiedlich. Sie reichen von einer parafiskalischen Zwangsabgabe – einer Sonderabgabe, die ich eigentlich relativ attraktiv finde, d.h. wenn sich - wie z.B. in Spanien - 35 % der Erzeuger eines Produktes sagen, wir wollen eine Produktgruppe machen, dann können sie beim Ministerium den Antrag stellen. Sie werden dann als Produktgruppe anerkannt und sie haben das Recht von allen Mitgliedern Zwangsabgaben zu erheben. D.h. wenn sich eine Mehrheit der Gruppierung dafür ausspricht und sagt, wir wollen uns zusammenschließen und um das Trittbrettfahrerproblem zu beheben, wollen wir eine Zwangsabgabe erheben, dann trägt der Gesetzgeber dem Rechnung.

D.h. das ist ein Zwischending zwischen der gesetzlich festgelegten Zwangsabgabe und der freiwilligen Abgabe einer Gruppe. Es gibt auch verschiedene Möglichkeiten der Abgaben für Gruppen, z.B. in Amerika haben wir einen großen Teil von generischer Werbung – dort haben wir sie aber für einzelne Produktgruppen und für einzelne Bundesländer, z.B. kalifornische Birnen oder kalifornische Weintrauben. Da gibt es eine Gruppe, die hat sich dort zusammengeschlossen, die hat Gelder – diese Gelder werden ausgegeben. Es ist Teil der Gesetzesgrundlage, dass die ökonomisch, ökonomisch evaluiert werden müssen. Es gibt eine Reihe von Wissenschaftlern in Amerika, die damit beschäftigt sind. In Deutschland gibt es derartiges nicht – es gibt keine ökonomischen, ökonomischen Untersuchungen.

gen des Werbeerfolgs der CMA. In Amerika gibt es so etwas zu hundertfach, es wird sich sehr intensiv damit auseinandergesetzt. Das sollte auch im Interesse der Produktgruppe sein, dass sie das Geld nicht verschleudern möchte. Sie hat das Geld und jetzt möchte sie es effizient einsetzen. Sie ist natürlich bestrebt, das untersuchen zu lassen. Alles was bei der CMA bisher nicht der Fall ist. Das wären Alternativen zum Absatzfondsgesetz. Wenn es Sie interessiert, ich habe am Wochenende einen Beitrag geschrieben und habe ein paar Exemplare für Sie dabei und in einigen Tagen werden Sie es bei mir auf der Homepage finden, wo ich mir ein paar weitere Gedanken gemacht habe, wie man jetzt mit der CMA weiter verfahren und sie weiterentwickeln könnte. Das vielleicht nur zur Anregung, diese Produktschaften mit diesen mehrheitlichen Entscheidungen, die dann auch unter Mehrheitsentscheidung eine gesetzlich vorgeschriebene Zwangsabgabe erheben können.

Zur Transparenz – das ärgert mich persönlich ein bisschen. Ich versuche Zahlen über die Ausgaben der CMA zu bekommen. Ich habe sie von 1989 als sie in der „Top Agrar“ erschienen sind – kurz vor dem Verwaltungsgericht. Die Zahlen sind nirgendwo anders erhältlich. Ich mag da irgendwo im Dunkeln fischen – sie sind nicht im Internet, sie sind bei keinem meiner Kollegen erhältlich, sie sind bei keinem Landwirt erhältlich. Mag nicht stimmen. Ich frage mich, wenn es eine tatsächliche Quelle gibt, die objektiv ist, warum berichtet „Die Zeit“ ganz andere Zahlen als „Top Agrar“. Also das kann nun wirklich nicht angehen, dass der Bauernverband sagt, hier würde Transparenz herrschen. Das ist einfach eine Unverschämtheit, schlicht gesagt.

Wie sieht es mit der Werbung aus. Das wurde öfter gefragt. „Deutschland hat Geschmack“ wurde gefragt von Herrn Goldmann, wie ist da Werbewirkung und Werbeerfolg. Werbewirkung ist, wenn etwas wirkt – um einen Erfolg zu haben, muss erstmal die Werbung wirken. Sie muss Aufmerksamkeit erregen, sie muss wahrgenommen werden. Dann kann sie einen Erfolg haben. Wenn Sie sich die ganzen Werbekampagnen der CMA angucken – „Deutschland hat Geschmack“, „Bestes vom Bauern“ – das sind alles Werbekampagnen, die Sinn machen, wenn man sie interpretiert als Werbekampagnen für die Marke CMA. Das macht nur Sinn als Eigenwerbung. Insofern ist sie sinnvoll und ist werbertechnisch und vom ganzen Aufbau, vom Ansatz und von der Konzeption sinnvoll. Es ist keine Produktwerbung – es ist Werbung für die CMA.

Wertschätzung von Lebensmitteln als neue Strategie. Wer das befürwortet, dem würde ich raten, Fernsehen zu gucken und sich anzugucken, was EDEKA und REWE für Werbung macht. Es ist in der Ökonomie bekannt, dass staatliche Maßnahmen private Maßnahmen aus dem Markt heraus treiben können. Dasselbe kann auch staatliche Werbung machen. Gucken Sie sich an, wie EDEKA und REWE versuchen, die Werthaltigkeit von Lebensmitteln herauszustellen, natürlich insbesondere der Lebensmittel, die sie verkaufen. Das heißt, die CMA würde mit einer Werbung für die Werthaltigkeit von Lebensmitteln Probleme bekommen, wegen gesundheits-, krankheitsbezogener Werbung oder irgendwelcher Behauptungen, die aufgestellt und die ernährungswissenschaftlich nicht bewiesen sind. Drittens macht sie dem Lebensmitteleinzelhandel, der die Wertigkeit von Lebensmitteln herausstellt, Konkurrenz und erweist der Landwirtschaft einen Bärendienst. Sie erreicht nämlich genau das Gegenteil. Wie so oft, ist es gut gemeint, aber andere Initiativen werden unterdrückt und man erreicht genau das Gegenteil. Dasselbe gilt für die Werbung für Sicherheit.

Der Geschäftsführer der CMA hätte wissen müssen, dass die Kunden davon ausgehen, dass Lebensmittel sicher zu sein haben. Das ist das Ergebnis von Umfragen. In dem Augenblick, wo ich anfange und sage, dieses Produkt ist sicher, denkt der Verbraucher: und was ist mit den anderen Lebensmitteln, sind die etwa nicht sicher? D.h. ich bereite nur das Saatbeet für zukünftige Lebensmittel-skandale, wenn ich für so etwas, wie das QS-Zeichen Werbung mache. Fragen Sie sich einmal, warum es verboten ist, für ISO 9000 Werbung zu machen? Warum ist es verboten, für EurepGap Werbung zu machen? Das sind alles Qualitätsprogramme. Es ist verboten, im Rahmen des Programms Werbung zu machen. Das hat seinen Grund, denn mit Sicherheit wirbt man nicht. Das ist eine Selbstverständlichkeit. Soweit zur Werbung für das QS-Zeichen. Nach Angaben der CMA ist die Werbung das Einzige, was die CMA für dieses QS-System macht. Es ist sonst eine unabhängige Institution, also Qualitätssicherung gehört zu QS und nicht zur CMA.

Dann ist da noch dieser Widerspruch Landwirtschaft und Ernährungswirtschaft. Die Landwirtschaft bezahlt das Geld, aber die Steuertraglast haben die Landwirte und die Verbraucher. Das sind diejenigen, die letztendlich die Steuertraglast haben. In der Ökonomie unterscheiden wir zwischen Steuerzahllast – das ist das, was ich bezahlen muss - und dann kann es überwältigt werden und das ist dann die Steuertraglast. Das tragen alle in der Kette. Von der Steuerzahllast gesehen ist natürlich die Absatzförderung der CMA, die nicht für Markenprodukte Werbung machen darf, die nicht für verarbeitete Produkte nach den neuen Gemeinschaftsleitlinien Werbung machen darf. Sie darf nur für unverarbeitete Agrarprodukte Werbung machen. Sie darf nicht für verarbeitete Lebensmittel Werbung machen – das ist die neue Gemeinschaftsleitlinie. Sie muss nur für eine Produktgattung Werbung machen. Sie muss ihre Mittel so einsetzen und verteilen, dass sie für alle Produktgattungen entsprechend dem Aufkommen Werbung macht. Sie darf nicht die deutsche Herkunft herausstellen. Was bleibt denn da eigentlich noch übrig? Es gibt keinen meiner Kollegen, der ein Wort für die CMA-Werbung einlegt. Es gibt da eigentlich keine Argumente und ich verstehe die Position des Bauernverbandes nicht, dass sie so heftig an dieser Werbung kleben. Das verstehe ich nicht. Noch ganz kurz zur IHK – die machen keine Werbung für ihre Produkte.

Dr. Matthias Cornils, Privatdozent Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn: Herr Bleser, Sie haben mich darauf angesprochen, ob eine wesentliche verfassungsrechtliche Änderung der Grundlagen von 1990 bis heute eingetreten ist. In der Tat ist es ganz wichtig, sich das immer wieder vor Augen zu führen, dass wir eine ganz gründliche und sorgfältige verfassungsgerichtliche Erörterung unserer Problematik haben, die gerade fünfzehn, sechzehn Jahre zurückliegt. Das ist eine relativ komfortable Situation, die man nicht allzu häufig hat – aus verfassungsrechtlicher Sicht, dass man sich mit einem Gesetzgebungsverfahren zu befassen hat, das gerichtlich schon einmal ausdiskutiert worden ist. Die meisten verfassungsrechtlichen Bedenken, die heute vorgebracht werden, sind vor fünfzehn Jahren bereits ausführlich behandelt worden. Vieles fällt in sich zusammen. Wenn also die Frage gestellt wird, was gibt es für Unterschiede und für Änderungen, dann kann man das in tatsächlicher Hinsicht und vielleicht auch in rechtlicher Hinsicht begreifen. Tatsächlich würde sich dann also die Frage stellen, ob es im Hinblick auf die werblichen Auswirkungen neue Erkenntnisse gibt, sodass man sagen muss, der ursprüngliche Gesetzeszweck gilt heute nicht mehr und greift nicht mehr. Das wäre das eine. Der

andere Gesichtspunkt wäre beispielsweise die hier mehrfach angesprochene offenbar weiter voranschreitende Ausdifferenzierung innerhalb der Branche, die dazu führt, dass bestimmte Angehörige nicht mehr dazugerechnet werden können, weil die Gruppenhomogenität entfallen sein soll. In beiden Hinsichten glaube ich kaum, obwohl ich als Jurist natürlich nur diese tatsächlichen Annahmen bedingt einsehen kann, dass diese Vorwürfe haltbar sind. Das Bundesverfassungsgericht hat sich mit der Frage der Differenzierung, der Zusammenfassung möglicherweise auch heterogener Angehöriger zu einer rechtlich homogenen Gruppe ausdrücklich befasst. Vor fünfzehn Jahren wurde bereits geschrieben, als es den Vorwurf auch schon gab, dass es auf einzelne Dissidenten, d.h. aus der Gruppe herauscherende, die Akzeptanz verweigernde Mitglieder nicht ankommt, sondern dass es auf ein prinzipiell gemeinsames Gruppeninteresse ankommt, was damals angenommen worden ist. Wir haben es also mit einem alten Argument zu tun. Ich vermag nicht einzuschätzen, nehme aber nicht an, dass sich von daher tatsächlich seit den letzten fünfzehn Jahren Wesentliches geändert hat. Genauso wenig wie bei dem ersten Gesichtspunkt gilt das für die Frage, ob sich grundsätzlich etwas an der Einschätzung des Nutzwertes dieser werblichen Maßnahmen geändert haben kann. Das Bundesverfassungsgericht hat diesen vor 15 Jahren angenommen und nicht weiter in Frage gestellt. Jetzt höre ich hier verschiedentlich heraus, dass dieser Nutzwert insgesamt in Frage gestellt wird. Ich vermag das aus juristischer Sicht nicht einzuschätzen, habe aber massive Zweifel, dass sich in tatsächlicher Hinsicht hier wesentliches geändert haben soll. Wenn, dann wären diese Bedenken auch schon vor 16 Jahren begründet gewesen, doch sie waren es offenbar nicht.

Was die rechtlichen möglichen Änderungen angeht, auf die auch das Verwaltungsgericht Köln alleine abstellt – und nicht auf diese tatsächliche Veränderung, sondern auf rechtliche Veränderungen aus Sicht des Gemeinschaftsrechts, nämlich auf gemeinschaftsrechtlich verschärften Druck auf den Absatzfonds –, ist zu sagen, dass insofern diese Vorhaltungen auch nicht zutreffen. Das Bundesverfassungsgericht hat vor 16 Jahren ganz wesentlich für diese Verklammerung der gemeinsamen finanzierungsverantwortlichen Gruppe darauf abgestellt, dass die Land- und Ernährungswirtschaft insgesamt europarechtlich in grundsätzlich gleicher Weise betroffen und deswegen durch das Gemeinschaftsrecht vorstrukturiert ist. An diesem Sachverhalt hat sich überhaupt nichts geändert. Das haben wir heute in der genau gleichen Weise. Sie könnten diese Sätze abschreiben und in einer Folgeentscheidung wieder zugrunde legen und sagen, verfassungsrechtlich ist das unter diesem Gesichtspunkt in Ordnung. Was wir haben sind geringfügige Veränderungen in der Rahmenregelung, die demnächst kommt, die die Ausrichtung der einzelnen Maßnahmen ein Stück weit beeinflussen können. Das ändert aber nichts an der grundsätzlichen Möglichkeit, nichtwerblicher und werblicher Aktivitäten in einem etwas modifizierten Rahmen, sodass man sagen kann, es gibt hier nach wie vor auch aus gemeinschaftsrechtlicher Sicht Spielraum, der verfassungsrechtlich dann genutzt werden kann.

Schließlich noch ein wichtiger Punkt, was diese Nutzwertdiskussion, diese Zweifel und diese Akzeptanzprobleme angeht, hier muss man sich immer vor Augen halten, dass der Gesetzgeber in wirtschaftspolitischen Angelegenheiten zunächst ein weites Prognoseermessen hat. Gerade in solchen Eignungsfragen, wie bei der Frage, ob Maßnahmen überhaupt wirken und in wie weit sie wirken. Der Gesetzgeber hat aber ausweislich der Regierungsbegründung sehr ausführlich formuliert und diese Frage diskutiert und angenommen, das heißt also eine Prognose zugrunde gelegt, die zunächst ein-

mal zu respektieren ist. Das ist ein wichtiger Punkt, den man gerade im Bereich solcher Eignungszweifel im Auge behalten sollte. Die anschließende Frage ging dahin, ob man nicht sogar umgekehrt sagen muss, dass eine Art Pflicht zu einer solchen staatlichen organisierten Absatzförderung besteht. Also ein Anspruch auf die zwangsweise Finanzierung der gemeinsamen Werbung sozusagen. Das würde ich sagen, scheint mir eher fern liegend. Wir haben hier die Situation, dass man rechtlich einiges kann aber nicht muss. Es folgt aus der rechtlichen Möglichkeit nicht immer auch die rechtliche Pflicht. Man könnte so etwas allenfalls aus grundrechtlichen Schutzpflichten formulieren, aber die greifen hier lange nicht. Allein aus einer gemeinschaftsweiten Schlechterstellung der inländischen Land- und Ernährungswirtschaft folgt noch nicht jeweils ein rechtlicher Anspruch auf Gleichstellung. Das muss ich relativ deutlich verneinen, diesen Gesichtspunkt. Es bleibt eine rechtspolitisch diskutabile Frage. Man kann das wollen oder nicht – rechtlich möglich aber nicht verpflichtend.

Claus-Peter Witt, Vorstandsvorsitzender der Uelzener eG: Ich will versuchen, auf die Frage von Herrn Herzog einzugehen, ob die Branche nicht selbst etwas organisieren kann, dass man auf diesem Wege von der Zwangsabgabe weg kommt. Hier gibt es eine eindeutige Position, die wir dort haben. Wir denken schon, dass nur eine Zwangsabgabe eine Finanzierung gewährleistet, die dauerhaft ist und eine kontinuierliche Bearbeitung der Aufgabenstellung in den Bereichen Marketing und Marktberichterstattung ermöglicht. Das gilt sowohl für CMA als auch für ZMP. Ich denke, eine privatrechtliche Lösung könnte dies nicht dauerhaft sicherstellen. Der milchwirtschaftliche Bereich empfindet die Abgaben nach dem Absatzfondsgesetz nicht so sehr als Zwangsabgabe, jedenfalls sagen mir das meine Landwirte, sondern vielmehr auch als Solidarbeitrag zur Absicherung der Land- und Ernährungswirtschaft in Deutschland. Wir haben hier sicherlich ein Informationsdefizit, auch das was Frau Mortier hier gesagt hat, ist richtig. Uns gehen auch diese Schreiben zu. Das ist einer der Gründe, weshalb wir darauf angewiesen sind, dass die Unternehmensvertreter, die letztendlich die Landwirte auch repräsentieren, in einer zunehmend größeren Zahl in die Gremien hinein müssen, um dort die Informationen zu sammeln und sie wieder zurück an die Basis zu geben. In dem Augenblick, wo unsere Landwirte dann auch hören, wo der Mitteleinsatz stattgefunden hat und wenn er dann auch hört, dass das von der Schulmilchunterstützung über Hausfrauenmanagement und Aufklärungsarbeit sowie in die Kindergärten hineingeht, dann hat er auch die Akzeptanz, dass er sagt, mein Geld, das monatlich bei der Milchgeldabrechnung abgezogen wird, wird einer vernünftigen Verwendung zugeführt. Hier würde ich mir auch wünschen, dass die Unternehmen sich noch nachhaltiger einbringen, um diese Informationen, die sie dann gewinnen, auch zurückgeben an die Beitragszahler, die das auch wissen wollen.

Ende: 10.00 Uhr