LANDTAG NORDRHEIN-WESTFALEN
17. Wahlperiode

E 17/1589

02.12.2020

Neudruck

Enquetekommission V

Markus Diekhoff MdL

Einladung

11. Sitzung (öffentlich/nichtöffentlich)
der Enquetekommission V
am Montag, den 7. Dezember 2020,
10.30 Uhr, Raum Plenarsaal

Landtag Nordrhein-Westfalen
Platz des Landtags 1
40221 Düsseldorf

Gemäß § 53 Absatz 1 der Geschäftsordnung des Landtags berufe ich die Enquetekommission ein und setze folgende Tagesordnung fest:

Tagesordnung

Öffentlicher Teil

1. Wertschöpfungsketten und Vermarktungsstrukturen
Anhörung von Sachverständigen

Nichtöffentlicher Teil

2. Beschluss 5. Anhörung

3. Beschluss Gutachtenausschreibung

4. Verschiedenes

gez. Markus Diekhoff MdL
- Vorsitzender -

F. d. R.

Adem Alkan
Kommissionsassistent

Anhörung von Sachverständigen
Enquetekommission V
„Wertschöpfungsketten und Vermarktungsstrukturen“

am Montag, den 7. Dezember 2020
10.30 bis 13.00 Uhr, Plenarsaal

Verteiler

Herr Friedhelm Dornseifer
Unternehmensgruppe Dornseifer
Wenden

Herr Professor Dr. Otto Strecker
AFC Consulting Group
Bonn

Herr Dr. Burkhard Schaer
Ecozept France SARL
Montpellier

Frau Brigitte Hilcher
Bundesverband der
Regionalbewegung e. V.
Borgentreich

Verteiler

(ausschließlich zur schriftlichen Stellungnahme angefragte Sachverständige)

Frau Stephanie Wild
Netzwerk Solidarische Landwirtschaft e. V.
Bad Belzig

Frau Dorle Gothe
Regionalwert AG Rheinland
Köln

Herr Christian Böttcher
Bundesverband des Deutschen
Lebensmittelhandels e. V. (BVLH)
Berlin

Herr Dr. Henning Ehlers
Deutscher Raiffeisenverband e. V.
Berlin

Anhörung von Sachverständigen
Enquetekommission V
„Wertschöpfungsketten und Vermarktungsstrukturen "
am Montag, den 7. Dezember 2020
10.30 bis 13.00 Uhr, Plenarsaal

Fragenkatalog (Sachstand: 28.10.2020)

Forschungsfrage:

Welche Möglichkeiten gibt es bei Wertschöpfungsketten und Vermarktungsstrukturen, um die Stellung der Landwirtinnen und Landwirte zu stärken?

Wertschöpfungsketten:

1. Welche Stärken und Schwächen haben Wertschöpfungsketten in der Lebensmittelproduktion (als Kette und auf den einzelnen Stufen)? Welche Rolle spielt hier der Lebensmitteleinzelhandel (LEH)?

2. Wie transparent ist die Wertschöpfungskette für Verbraucherinnen und Verbraucher und Landwirtinnen und Landwirte? Welche Möglichkeiten bestehen, die einzelnen Etappen der Wertschöpfungskette transparenter zu gestalten? Wie bilden sich die Preise innerhalb der Wertschöpfungskette?

3. Wie können die aktuellen Marktstrukturen so gestaltet werden, dass Landwirtinnen und Landwirte angemessene Einkommen erzielen? Welche Rolle spielen hier steuerliche, wettbewerbs- und ordnungsrechtliche Instrumente im Hinblick auf die Preis- und somit Einkommensgestaltung sowie europäische und internationale Lebensmittelmärkte?

4. Wie können sich Landwirtinnen und Landwirte stärker gegenüber der Marktmacht großer Abnehmerinnen und Abnehmer positionieren und angemessene Preise für ihre Produkte erzielen?

5. Wie ist es um die Lebensmittelsicherheit, -qualität und -hygiene der Nahrungsmittel in Nordrhein-Westfalen bestellt? Welche Voraussetzungen müssen für ein risikoorientiertes Kontrollsystem gegeben sein?

6. Welche Schritte braucht es zur Etablierung eines effektiven Regionalmanagements (Prozess, Einbindung von Akteuren, Verantwortlichkeiten, finanzielle Förderung, Beratungsangebote), sodass Landwirtinnen und Landwirte einen größeren Anteil an der

Wertschöpfung erhalten und die Distanz zwischen Landwirtschaft und Verbraucherinnen und Verbrauchern reduziert wird? Welche Rolle kann dabei eine regionale Vermarktungsgesellschaft spielen?

Vermarktungsstrukturen:

7. Lässt sich Regionalität definieren? Wie sind die Vermarktungsstrukturen landwirtschaftlicher Produkte in Nordrhein-Westfalen auch im Vergleich zu anderen Bundesländern aufgebaut?

8. Wie kann man die Nachfrage nach landwirtschaftlichen Produkten und ihrer Weiterverarbeitung in der Region stärken? Wie kann man die Nahversorgung in ländlichen Räumen sichern und ausbauen? Welche Reichweite haben Regionalmarken und wie können sie gestärkt werden?

9. Welche Chancen und Risiken bestehen bei Vermarktungsstrukturen wie Direkt- und Regionalvermarktung, Ab-Hof-Verkauf, Regionalinitiativen (z. B. SoLaWi) oder digitaler Vermarktung für verschiedene Betriebsstrukturen? Wie beurteilen Sie den aktuellen Stand? Welche Rahmenbedingungen (politisch, ökonomisch) müssten diesbezüglich angepasst werden?

10. Welche bürokratischen Rahmenbedingungen müssten mit Blick auf die Vermarktungsstrukturen optimiert werden (z. B. Vereinfachung rechtlicher und bürokratischer Vorgaben für kleine und mittelständische Betriebe oder vereinfachte Fördermittelantragsformalitäten)?

11. Wie stellt sich die aktuelle Situation von Produkten mit Geschützter Herkunftsbezeichnung in NRW dar? Wie kann die Anzahl dieser Produkte eventuell gefördert und ausgebaut werden? Welche Chancen und Risiken bieten regionale Herkunftsbezeichnungen?

12. In welcher Weise können Vermarktungsstrukturen den Wettbewerb um die Qualität und die Art der Erzeugung von Produkten in den Mittelpunkt stellen, anstelle des Preiswettbewerbs?

13. Wie lassen sich preislich nicht abgebildete Umwelt- und Gemeinwohlleistungen der Landwirtschaft – etwa der Schutz und die Förderung von Ökosystemdienstleistungen – in Vermarktungsstrukturen integrieren?

14. Gibt es für nebenerwerbliche Betriebe im Vergleich zu Vollerwerbsbetrieben Unterschiede in der Wertschöpfung und in den Vermarktungsmöglichkeiten? Resultiert hieraus eine mögliche Benachteiligung einer der beiden Gruppen?

15. Welche Anpassungen müssten in der Aus- und Weiterbildung vorgenommen werden, um die landwirtschaftlichen Vermarktungsstrukturen zu stärken?