

Chef: Marketing-Gesellschaft des Landes ist Erfolgsmodell

Qualität spricht für sich: Baden-Württemberg ist der Feinkostladen Deutschlands - Die FDP-Landtagsabgeordnete und Sprecherin für Verbraucherschutz, Monika Chef, sagte in der Landtagsdebatte über die „Förderung der Vermarktung von Agrarerzeugnissen und Lebensmitteln im Ausland“:

„Im Antrag der SPD-Fraktion, die Marketing Gesellschaft Baden-Württemberg (MBW) zukünftig für die Produktwerbung im Ausland einzusetzen, sieht man die grundsätzlichen Unterschiede zwischen SPD und FDP: Staatliche Bevormundung auf der einen Seite und freie Marktwirtschaft auf der anderen Seite. Aus liberaler Sicht sollte sich der Staat lenkend und fördernd für die Wirtschaft einsetzen. Dies gilt auch für die Landwirtschaft. Die MBW wurde begründet, um die baden-württembergischen Landwirtschaftsprodukte besser darzustellen und zu vermarkten. Die Arbeit der Marketing Gesellschaft Baden-Württemberg, die nicht politisch, sondern mit unabhängigen Fachleuten besetzt ist, ist erfolgreich. Die Fördermittel des Landes werden nicht zweckgebunden eingesetzt. Dies ist für uns als Liberale wichtig. Der Erfolg der Vermarktung landwirtschaftlicher Produkte aus Baden-Württemberg gibt uns im vollen Umfang Recht. Der Anteil der Exporte in die Länder der EU steigt stetig. Vor allem unsere Spezialitäten – insbesondere Obst, Wein, Teig- und Wurstwaren – sind weithin bekannt. Der Marketing Gesellschaft und der Ernährungswirtschaft vorzuschreiben zu wollen, in welcher Form sie Produktwerbung betreiben sollen, ist in keiner Weise zu vertreten. Kürzungen im Bereich der Absatzförderung im Regionalbereich zugunsten des Exportbereiches halten wir als FDP-Fraktion für kontraproduktiv. Ich denke, wir sollten alles daran setzen, die hier produzierten Güter auch im Land zu verkaufen. Noch immer liegt der Selbstversorgungsanteil vieler landwirtschaftlicher Produkte weit unter 100 Prozent. Die Förderung regionaler Produkte, kurze Wege und vor allem ein möglichst hoher Eigenversorgungsanteil im Bereich der Landwirtschaft ist deshalb ein Kernpunkt liberaler Landwirtschaftspolitik in Baden-Württemberg. Unabhängig von der Frage konventioneller oder ökologischer Landwirtschaft ist Baden-Württemberg mit seinen vielen Sonderkulturen und Spezialitäten der Feinkostladen Deutschlands. Kurze Wege und Wertschöpfung in der Region sind in beiden Bereichen entscheidend. Es ist auch falsch, wenn die SPD in der Begründung zu ihrem Antrag ausführt, der Export von Lebensmitteln aus Baden-Württemberg, vor allem von Wein, Obst und Gemüse, sei nicht gut entwickelt. Insbesondere bei diesen Spezialitäten stimmen die Exportzahlen. Sowohl die Marketing Gesellschaft als auch die Gesellschaft BW International, die dem Wirtschaftsministerium angegliedert ist und der die Exportförderung für Baden-Württemberg im gesamten Wirtschaftsbereich obliegt, wird Ihnen die enge und gute Zusammenarbeit beider Gesellschaften bestätigen. Die Erweiterung der EU und die Lage der Weltwirtschaft werden der heimischen Landwirtschaft zusätzliche Chancen bringen. Auch aus



diesem Grund wäre es wenig sinnvoll, die regionale Förderung zugunsten einer Auslands-förderung zu beschränken. Über Kürzungen im Bereich der Qualitätssicherung – ebenfalls eine wesentliche Aufgabe der MBW – müssen wir uns ernsthaft nicht unterhalten. Die SPD sollte ihren Einfluss auf Bundesebene über die Gremien der CMA geltend machen, damit die bundesweit agierende CMA bei ihrer Auslandswerbung, für die sie auch originär zuständig ist, intensiver die regionalen Stärken der einzelnen Bundesländer mit ihren jeweiligen Spe-zialitäten herausstellt.“ Hans Ilg, Pressesprecher