



Bericht

der Landesregierung

Bericht über die derzeitige Situation sowie die künftige organisatorische Gestaltung des Gütezeichens „Hergestellt und geprüft in Schleswig-Holstein“

Landtagsbeschluß vom 23. April 1997 – Drucksache 14/611 –

Federführend ist der Minister für ländliche Räume, Landwirtschaft, Ernährung und Tourismus.

Bericht

Die derzeitige Situation sowie die künftige
organisatorische Gestaltung und Finanzierung
des Gütezeichens

„HERGESTELLT UND GEPRÜFT
IN SCHLESWIG-HOLSTEIN“

Zusammenfassung

1. Wirtschaftliche Bedeutung der Land- und Ernährungswirtschaft und Begründung für das Agrarmarketing mit dem Gütezeichen
2. Das Gütezeichen Schleswig-Holstein - Fakten und Zahlen
 - a) Grundzüge und Konzept
 - b) Entwicklung
 - c) Rohstoffherkünfte
3. Aufgabenbereiche des Gütezeichens
 - a) Qualitätsförderung
 - b) Absatzförderung
4. Förderung der Land- und Ernährungswirtschaft durch das Gütezeichen
 - a) Landwirtschaft
 - b) Ernährungswirtschaft
5. Organisation der Gütezeichenarbeit
6. Finanzierung des Qualitätsförderungsfonds
7. Akzeptanz des Gütezeichens
 - a) Land- und Ernährungswirtschaft
 - b) Lebensmittelhandel
 - c) Verbraucher
8. Perspektiven für das Gütezeichen

Zusammenfassung

Der wichtigste Zweig der produzierenden Wirtschaft, die Land- und Ernährungswirtschaft, befindet sich derzeit in einer schwierigen Marktsituation. Eine wachsende Einkaufskonzentration auf der Handelsseite, eine Zunahme des Wettbewerbs durch die Öffnung der Märkte innerhalb der EU, ein seit 4 Jahren nahezu stagnierender Einzelhandelsumsatz sowie eine wachsende Verunsicherung des Verbrauchers, ausgelöst durch Lebensmittelskandale, führte in den vergangenen Jahren zu einer zunehmenden Schwächung der Vertriebssituation mittelständischer Unternehmen der Ernährungswirtschaft.

Die gezielte Qualitäts- und Absatzförderung mit dem Gütezeichen Schleswig-Holstein („Gütezeichen Schleswig-Holstein: Wichtiger als das Preisschild!“) führte zu einer breiten Akzeptanz sowohl im Lebensmittelhandel als auch bei den Verbrauchern. Auf diese Weise konnten Marktanteile für schleswig-holsteinische Firmen erhalten werden, die zu einer Sicherung der Marktposition Schleswig-Holsteins auf den umkämpften Lebensmittelmärkten beitragen. Die Verbindung kleiner und mittlerer Unternehmen und namhafter Markenartikelhersteller unter dem Dach des Gütezeichens Schleswig-Holstein führt zu einem positiven Image- und Know-how-Transfer.

Mit einem im Vergleich zu anderen Bundesländern und zur nationalen Marketingeinrichtung CMA vergleichsweise geringen Aufwand betreibt Schleswig-Holstein mit dem Gütezeichen eine gezielte und effektive Förderung des bedeutendsten Wirtschaftszweiges des Landes.

Das Gütezeichen ist seit nunmehr 32 Jahren zu einem Symbol für die Spitzenqualität schleswig-holsteinischer Lebensmittel geworden. Es steht im Wettbewerb mit anderen Herkunfts- und Qualitätszeichen aus dem In- und Ausland. Eine Profilierung allein über die Herkunft ist vor diesem Hintergrund wenig sinnvoll. Vielmehr müssen die Qualitätsaspekte des Zeichens weiterentwickelt und in den Vordergrund der Argumentation gestellt werden. Dies ist nicht nur im Sinne der Land- und Ernährungswirtschaft, sondern auch im Sinne der Verbraucher.

Eine Beschränkung ausschließlich auf Produkte, deren Rohwarenanteil aus Schleswig-Holstein stammt, widerspricht dem Prinzip der arbeitsteiligen Wirtschaft und kann von den Firmen der Ernährungswirtschaft aus Wettbewerbsgründen nicht akzeptiert werden.

Für eine zukunftsweisende Fortsetzung der bisherigen Aktivitäten - insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen der Ernährungswirtschaft - ist eine Förderung durch öffentliche Mittel im derzeitigen Umfang sinnvoll und sollte beibehalten werden. Die Lebensmittelhersteller in Schleswig-Holstein identifizieren sich mit dem Gütezeichen. Für sie steht die Qualitätsaussage im Vor-

dergrund, nicht der Preis. So begegnen sie der Inflation der vielen Werbezeichen. Durch die Bündelung der Interessen von Land- und Ernährungswirtschaft mit anderen Bereichen wie Gastronomie und Fremdenverkehr werden bereits viele gemeinsame Werbestrategien umgesetzt. Der Fortbestand des Gütezeichens wird über die öffentlichen Mittel hinaus durch die finanzielle Beteiligung der Land- und Ernährungswirtschaft gewährleistet. Das bedingt, daß sie in der Zukunft ihre Marktanteile behauptet. Angesichts einer zunehmenden Bedeutung des regionalen Marketing und damit der regionalen Absatzförderung in Deutschland und Europa wird auf Agrarministerebene eine stärkere Regionalisierung der Mittel des bundesdeutschen Absatzfonds angestrebt.

1. Wirtschaftliche Bedeutung der Land- und Ernährungswirtschaft und Begründung für das Agrarmarketing mit dem Gütezeichen

Die Land- und Ernährungswirtschaft Schleswig-Holsteins ist mit mehr als 14 Mrd. DM Umsatz 1996 der bedeutendste Sektor der produzierenden Wirtschaft des Landes. Die Anteile der Ernährungswirtschaft an der gesamten Industrieproduktion betragen beim Umsatz 22 %, bei den Beschäftigten 14 % und bei der Anzahl der Betriebe 17 %. Über 80.000 Menschen sind im gesamten Agrarbereich beschäftigt, die überwiegende Mehrzahl in landwirtschaftlichen Familienbetrieben sowie in mittelständischen Unternehmen der Ernährungswirtschaft. Mit jährlichen Investitionen von rd. 600 Mio. DM hat die Landwirtschaft auch eine wichtige Rolle für die übrige Wirtschaft im ländlichen Raum.

Über 60 % aller Agrarprodukte Schleswig-Holsteins müssen außerhalb der Landesgrenzen vermarktet werden. Dort und zunehmend auch im Lande treffen die Hersteller auf einen starken Wettbewerb aus dem In- und Ausland. Diese Konkurrenten werben mit großen Engagement, um weitere Marktanteile hinzuzugewinnen. Um sich erfolgreich diesem Verdrängungswettbewerb zu stellen, müssen Marketingaktivitäten im Lande gebündelt und ausgehend von vorhandenen erfolgreichen Konzepten offensiv kommuniziert werden. Das Agrarmarketing mit dem Gütezeichen ist ein effektives Instrument der Wirtschaftsförderung für die mittelständische Land- und Ernährungswirtschaft. Es muß allerdings über die Kommunikation eines regionalen Image hinausreichen. Absatzförderung im Lebensmittelhandel muß auf die im Lebensmittel-Einzelhandel üblichen Instrumente der Werbung und der Absatzförderung aufbauen und immer die Kommunikation der regionalen Herkunft mit konkreten Produkten verbinden.

2. Das Gütezeichen Schleswig-Holstein - Fakten und Zahlen

a) Grundzüge und Konzept

Ausgehend von der besonderen Bedeutung des Agrarsektors in Schleswig-Holstein und einer marktfernen geographischen Lage abseits der wichtigsten Ballungszentren entstand 1965 das in Deutschland völlig neue Konzept des regionalen Agrarmarketing mit dem Gütezeichen Schleswig-Holstein. Das Konzept besteht darin:

- sowohl **Spitzenqualität** als auch **Herkunft** aus Schleswig-Holstein auf Lebensmitteln durch das Gütezeichen kenntlich und sichtbar zu machen,
- **strengste Qualitätsnormen** für unterschiedliche Produktgruppen zu definieren,
- ausschließlich **Produkte** von schleswig-holsteinischen Unternehmen mit dem Gütezeichen auszuzeichnen,
- kontinuierliche und **neutrale Kontrollen** dieser Produkte durchzuführen,
- eine starke **Identifikation** der Land- und Ernährungswirtschaft mit dem eigenen Land über das Gütezeichen zu erzielen,
- eine gezielte **Absatzförderung** für Agrarprodukte zu organisieren,
- sowohl die **Landwirtschaft** (landwirtschaftliche Frischprodukte), als auch die **Ernährungswirtschaft** (Verarbeitungsprodukte) einzubeziehen,
- als Aufsichts- und Steuerungsorgan einen **Qualitätsausschuß** zu schaffen, dem sowohl Vertreter der Landwirtschaft, der Ernährungswirtschaft, des Ernährungshandwerks als auch Vertreter des Lebensmittelhandels und der Verbraucherschaft angehören. Der Qualitätsausschuß bei der Landwirtschaftskammer entscheidet über die Qualitätsarbeit, legt die Richtlinien der Absatzförderung fest und beschließt den Haushalt des Qualitätsförderungsfonds.

b) Entwicklung

- 1965:** Mit dem Gütezeichen Schleswig-Holstein wird das erste regionale Qualitätszeichen für Agrarprodukte in Deutschland geschaffen.
- 1971:** Die sensorischen Prüfungen beim Gütezeichen werden durch modernste analytische Prüfmethoden erweitert.
- 1977:** Dem Gütezeichen-Marketing wird die höchste Auszeichnung der Lebensmittelwirtschaft, der „Goldene Zuckerhut“, verliehen.
- 1985:** Erweiterung der Produktkontrolle durch eine durchgehende Prozeßkontrolle bei landwirtschaftlichen Frischprodukten (Speisekartoffeln).
- 1987:** Einführung des ersten Markenfleisch-Programmes mit dem Gütezeichen.
- 1995:** Umsetzung von richtungsweisenden Qualitäts- und Absatzförderungsmaßnahmen wie Anhebung der Qualitätsnormen, Einbeziehung von Qualitätsmanagementsystemen, Förderung von vertikalen Verbundsystemen zwischen Land- und Ernährungswirtschaft.

c) Rohstoffherkünfte

Eine 1994 durchgeführte stichprobenartige Erhebung bezüglich des Rohwareneinsatzes schleswig-holsteinischer Herkunft in den Gütezeichen-Betrieben zeigte, daß sich die Regelung des Rohwareneinsatzes durch die Qualitäts- und Prüfbestimmungen bewährt hat. Bei **landwirtschaftlichen Frischprodukten** muß die zeichenführende Ware **ausschließlich** aus Schleswig-Holstein stammen. Der Herstellerbetrieb hat darüber den Nachweis zu erbringen. Bei **ernährungswirtschaftlichen Erzeugnissen** sollten die wesentlichen Rohwarenbestandteile des Verarbeitungsproduktes, zum Beispiel Getreide bei Mehl, Fleisch bei Wurstwaren oder Milch bei Käse **zum überwiegenden Teil** aus Schleswig-Holstein stammen, also mindestens zu 50 %. Die Befragung von insgesamt 30 Gütezeichenfirmen ergab, daß diese grundsätzlich in 3 Kategorien unterteilt werden können.

Kategorie 1: Rohware **ausschließlich oder nahezu ausschließlich** aus Schleswig-Holstein (90 - 100 %). Hierzu zählen alle Milchprodukte

(91,6 %), Mehl sowie alle landwirtschaftlichen Frischprodukte (wie Speisekartoffeln, Markenfleisch, Obst, Gemüse, Eier, Geflügel, Honig und Speisekarpfen).

Kategorie 2: Rohware **überwiegend** aus Schleswig-Holstein (50 - 90 %). Hierzu zählen Fleisch- und Wurstwaren (80 %), Obst- und Gemüsekonserven (81,7 %) sowie Erzeugnisse aus Getreide (67,5 %).

Kategorie 3: Rohwaren aus klimatischen und anderen Gründen in Schleswig-Holstein **nicht oder nur teilweise verfügbar** (weniger als 50 %). Hierzu zählen Spirituosen und Bier (37,3 %). Bei Spirituosen läuft beispielsweise der gesamte Alkohol über die Bundesmonopolverwaltung. Eine Rückverfolgung der für die Herstellung notwendigen Rohwaren ist nicht möglich. Hinzu kommen alle Fischerzeugnisse (Seefisch, Krabben und Muscheln), deren Fanggebiete sich außerhalb Schleswig-Holsteins befinden und solche Produkte, die aus klimatischen Gründen in Schleswig-Holstein überhaupt nicht oder in nur sehr geringen Mengen für die industrielle Verarbeitung verfügbar sind, z.B. viele Obst- und Gemüsearten, Mandeln (Marzipan) und Rum.

Die schleswig-holsteinischen Gütezeichenfirmen beziehen einen sehr hohen Anteil ihres Rohwarenbedarfs aus Schleswig-Holstein. Das gilt auch für die in der Öffentlichkeit immer wieder diskutierte Fleisch- und Wurstwarenindustrie. Das häufig verwendete Argument, daß schleswig-holsteinische Fleischverarbeiter ihr Fleisch überwiegend aus anderen Herkunftsländern beziehen, ist nicht haltbar. Dennoch ist festzustellen, daß sich die Rohwarenanteile aus Schleswig-Holstein bei Verarbeitungsprodukten in den vergangenen Jahren verringert haben. Dies hat u.a. folgenden Grund: Die Fleischproduktion in der Landwirtschaft geht beispielsweise zurück, während die Nachfrage der Verarbeitung kontinuierlich steigt. Beachtlich ist allerdings auch, daß die spezifischen Anforderungen und Preise für landwirtschaftliche Rohwaren für den Frischemarkt (Fleisch, Obst, Gemüse) und für die industrielle Verarbeitung unterschiedlich sind. Eine Beschränkung ausschließlich auf Produkte, deren Rohwarenanteil aus Schleswig-Holstein stammt, widerspricht dem Prinzip der arbeitsteiligen Wirtschaft und kann von den Lebensmittelherstellern aus Wettbewerbsgründen nicht akzeptiert werden.

3. Aufgabenbereiche des Gütezeichens

a) Qualitätsförderung

Das Gütezeichen definiert sich primär als regionales Qualitätszeichen. Als solches ist es sowohl beim Deutschen Institut für Gütesicherung und

Kennzeichnung (RAL) als auch beim Deutschen Patentamt registriert.

Die Prüfnormen (Qualitäts- und Prüfbestimmungen) sind durchgehend im Bereich der Spitzenqualität angesiedelt. Sie gehen weit über den gesetzlichen Rahmen hinaus und schreiben die Anforderungen an die Herstellung, die Ware und die Qualitätsmerkmale vor. Das Gütezeichenprodukt wird mindestens viermal im Jahr neutral analytisch und sensorisch geprüft. Grundlage ist u.a. das bundesweite anerkannte DLG (Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft)-Prüfsystem. Nur etwa 50 % der angemeldeten Produkte erhalten das Gütezeichen. Die Prüfnormen haben sich im Laufe der Jahre den gestiegenen Markterfordernissen angepaßt und sind kontinuierlich weiterentwickelt und angehoben worden.

Das Gütezeichen Schleswig-Holstein ist offen für alle Produktgruppen, Produktionsrichtungen und Produktionsweisen, also auch für Erzeugnisse aus ökologischer Produktion, wenn sie die Prüfnormen erfüllen.

Die Kriterien für das Gütezeichen, die in den Qualitäts- und Prüfbestimmungen niedergelegt sind, zeigen, daß das Gütezeichen **vorrangig von der Ernährungswirtschaft genutzt wird**. Von den 84 Qualitäts- und Prüfbestimmungen beschreiben 61 Produkte der Ernährungswirtschaft, 4 sind sowohl in der Landwirtschaft als auch in der Ernährungswirtschaft einsetzbar. 19 Qualitätsbestimmungen befassen sich mit landwirtschaftlichen Erzeugnissen. Hierzu zählen u.a. Speisekartoffeln, frisches Gemüse, Kräuter, Erdbeeren, Heidelbeeren, Sauerkirschen, Honig, Karpfen, Roggen, Weizen, Hafer, Baumschulpflanzen, „Urlaub auf dem Bauernhof“ und Zucht- und Sportpferde.

Die Qualitäts- und Prüfbestimmungen für Lebensmittel mit dem Gütezeichen sind untergliedert in Anforderungen an die Herstellung, Anforderungen an die Ware und Qualitätsmerkmale. Für alle Qualitätsbestimmungen gilt, daß die Einhaltung der gesetzlichen Normen Voraussetzung für die Anwendung des Zeichens ist. Darüber hinaus werden in den **Anforderungen an die Herstellung** spezifische Voraussetzungen zur Produktion der Erzeugnisgruppe verbal dargestellt mit dem Ziel, daß der Betrieb in der Lage ist, längerfristig eine gleichbleibend hohe Qualität herzustellen. Bei den **Anforderungen an die Ware** werden spezifische Anforderungen bezüglich der einzelnen Rohstoffe festgehalten, soweit sie für die Spitzenqualität von Bedeutung sind. Bei den Produktgruppen, bei denen der Rohstoff aus Schleswig-Holstein kommen kann, muß dieser überwiegend aus Schleswig-Holstein stammen. In den **Qualitätsmerkmalen** werden die produktspezifischen Anforderungen für eine Spitzenqualität beschrieben. Dies geschieht sowohl verbal als auch in Einzelfällen, wo es notwendig ist, mit entsprechenden Mindestanalyse-Werten. Außerdem wird dort, wo es von den Produkten her notwendig ist, auf die Einhaltung um-

weltrelevanter Anforderungen hingewiesen. In den meisten Qualitäts- und Prüfbestimmungen wird festgelegt, daß Zusatzstoffe, künstliche Aromen und sonstige, synthetisch hergestellte Zusätze nicht verwendet werden dürfen.

Die viermalige jährliche Endproduktkontrolle bei Lebensmitteln wird durch die zunehmende Einbeziehung von Qualitätsmanagementsystemen ergänzt. Damit werden die Prozeßabläufe in der Herstellung dokumentiert und überwacht. Bei landwirtschaftlichen Produkten mit dem Gütezeichen steht eine prozeßbegleitende Systemkontrolle im Mittelpunkt.

Die **Produktionsweise** ist in den Qualitäts- und Prüfbestimmungen im einzelnen festgelegt.

Für **pflanzliche Erzeugnisse** gilt das Prinzip der durchgängigen Qualitätskontrolle von der Produktionsstätte bis zur Ladentheke. Dazwischen liegen Auswahl des Saatgutes, Überwachung der Wachstumsphase, Qualitätskontrolle in der Ernte und die laufende Qualitätsüberwachung bis zur Vermarktung der letzten Partie. Wichtigste Kriterien sind, daß die Pflanzenbehandlung auf der Grundlage des Schadschwellenprinzips erfolgt. Eine prophylaktische Behandlung der Pflanzen ist nicht zulässig. Die Bodenuntersuchungen dienen dazu, die Nährstoffversorgung der Pflanzen auf der Grundlage der im Boden vorhandenen Reserven so zu steuern, daß nur ein Minimumausgleich stattfindet. Auch hier ist die Prophylaxe nicht zulässig. Durch diese Anforderungen ist es gelungen, den Aufwand für Pflanzenbehandlungsmaßnahmen und die Nährstoffversorgung deutlich zu reduzieren.

Das gleiche Prinzip der durchgängigen Qualitätskontrolle gilt auch für tierische Erzeugnisse. Es ist festgelegt, daß eine prophylaktische, medikamentöse Behandlung der Bestände nicht zulässig ist. Desweiteren ist bei den Markenfleischprogrammen festgehalten, daß über die gesetzlichen Normen hinaus pro Flächeneinheit ein Tier weniger gehalten werden muß. Tiere, die einer medikamentösen Behandlung unterzogen werden müssen, kommen nicht in das Markenfleischprogramm und werden gesondert gekennzeichnet. Regelmäßige, unangemeldete Urinproben-Untersuchungen aus den Beständen tragen hier zur Überprüfung bei. Bei den Schlachtkörpern werden stichprobenartige Rückstandsuntersuchungen durchgeführt, um sicherzugehen, daß die Tiere einwandfrei sind, deren Fleisch unter dem Gütezeichen vermarktet wird. Auch hier beginnt die begleitende Qualitätskontrolle bei der Geburt des Tieres und endet mit dem Verkauf des Fleisches in der Ladentheke. Bestandsprüfung, Arzneimittelbuch-, Futtermittel-, Hygiene-, Transportbegleitungs- und Schlachthofkontrollen sowie die Überprüfung der Auszeichnung der Tiere

sind die wichtigsten Kontrollstationen, die eingehalten werden müssen. Darüber hinaus werden regelmäßige Nämlichkeitsüberprüfungen durchgeführt, die den Nachweis des Tieres mit dem Fleisch erbringen.

Die wichtigsten **Instrumente der Qualitätsarbeit** mit dem Gütezeichen sind:

- Qualitätsförderung für **landwirtschaftliche Frischprodukte** (System- und Prozeßkontrolle)
- Qualitätsförderung für **Verarbeitungsprodukte** (Produktkontrolle/über 3000 Kontrollen jährlich bei 760 Erzeugnissen)
- **Qualitätsmanagementsysteme (QMS)** für Verarbeitungsprodukte.

b) Absatzförderung

Nahezu alle Länder und Regionen innerhalb Europas betreiben eine gezielte Absatzförderung für ihre Agrarprodukte. Dieses Förderungsinstrument ist für kleine und mittlere Firmen unverzichtbar geworden, um im zunehmend konzentrierter werdenden Lebensmittelhandel im In- und Ausland Fuß zu fassen. Allein in Deutschland gibt es über 5.000 Anbieter der Ernährungswirtschaft, denen der hochkonzentrierte Handel gegenüber steht. Schleswig-Holstein besitzt gegenüber anderen Anbieterregionen den Vorteil einer langen Tradition im Agrarmarketing, eines klaren Qualitätsprofils und - besonders außerhalb Schleswig-Holsteins - eines positiven Image des Landes als Urlaubs- und Agrarregion in einer für die Lebensmittelproduktion positiven Umwelt.

Diese Aktivposten sind zu einem schlüssigen Marketingkonzept gebündelt und werden offensiv durch geeignete Instrumente kommuniziert.

Diese Instrumente sind:

- **Verkaufsaktionen** im Lebensmittel-Einzelhandel, jährlich mit über 15.000 Verkaufsstellen
- **Gemeinschaftswerbung** (Fach- und Verbraucherwerbung) 1.200 Spots jährlich
- **Messen und Ausstellungen** (Exportförderung)
- **Öffentlichkeitsarbeit**

Von dieser Profilierung der Gütezeichenprodukte profitieren auch alle anderen Produkte schleswig-holsteinischer Lebensmittelhersteller.

4. Förderung der Land- und Ernährungswirtschaft durch das Gütezeichen

a) Landwirtschaft

| | |
|---|--------------|
| - Markenfleisch: | 600 Betriebe |
| - Speisekartoffeln: | 110 Betriebe |
| - Marken-Getreide: | 400 Betriebe |
| - Sonstige Erzeuger (Eier- und Honigerzeuger, Karpfenteichwirtschaften, Baumschulbetriebe, Betriebe mit Urlaub auf dem Bauernhof: | 100 Betriebe |

Insgesamt werden über das Gütezeichen Schleswig-Holstein über **1.200 landwirtschaftliche Betriebe** direkt gefördert und sind damit in der Lage, durch die Nutzung des Gütezeichens und eine gezielte Vermarktung zusätzliches Einkommen zu erzielen. Der überwiegende Anteil sind bäuerliche Familienbetriebe mittlerer Größe.

Die Gütezeichenabteilung bei der Landwirtschaftskammer hatte anfänglich versucht, ein einziges **Markenfleischprogramm** für die unterschiedlichsten Abnehmer in Schleswig-Holstein aufzulegen. Dieser ist an der Individualität sowohl seitens der Erzeugergemeinschaften der Landwirtschaft als auch an den Abnehmern aus dem Lebensmittelhandel gescheitert. Zur Zeit werden seitens der Landwirtschaftskammer zwei Markenfleischprogramme für Schweinefleisch betreut, die unter Handelsmarken als „Landklasse“ bei coop und „Gutfleisch“ bei EDEKA dem Verbraucher angeboten werden. Die qualitativen Voraussetzungen werden für beide Programme gleich streng und damit personalintensiv seitens der Landwirtschaftskammer überwacht. Ziel der Bemühungen ist es, unter den entsprechenden Markennamen „Landklasse“ und „Gutfleisch“ alle Fleischarten wie Rind- und Lammfleisch mit dem Gütezeichen zu vereinen, um hier zu einem geschlossenen Programm zu kommen.

b) Ernährungswirtschaft

| | |
|--|-------------|
| - Fleischverarbeitung: | 30 Betriebe |
| - Milchverarbeitung: | 5 Betriebe |
| - Fisch- und Feinkostverarbeitung: | 14 Betriebe |
| - Sonstige Hersteller (Obst- und Gemüse-Verarbeitung, Getreideverarbeitung, Süßwaren, Getränke): | 26 Betriebe |

Insgesamt führen **75 Betriebe der Ernährungswirtschaft** das Gütezeichen Schleswig-Holstein. Die überwiegende Mehrzahl davon sind kleinere

und mittlere Unternehmen, aber auch bedeutende Markenartikelhersteller führen das Gütezeichen.

5. Organisation der Gütezeichenarbeit

Das Gütezeichen wurde 1965 auf der Grundlage eines Erlasses des Landwirtschaftsministers geschaffen. Mit der Durchführung der Aufgaben (Qualitäts- und Absatzförderung) ist die Landwirtschaftskammer beauftragt, die für diesen Zweck eine Abteilung als eigenständige Organisationseinheit bildete. Aufsichtsorgan für den gesamten Gütezeichen-Bereich ist der **Qualitätsausschuß bei der Landwirtschaftskammer**.

Die Organisationsform für das Gütezeichen zeichnet sich durch eine hohe **Glaubwürdigkeit** der neutralen öffentlich-rechtlichen Institution Landwirtschaftskammer verbunden mit einer hohen **Flexibilität** bei der Aufgabenerfüllung aus. Auf diese Weise kann die Land- und Ernährungswirtschaft mit relativ **geringem finanziellen und personellen Aufwand** effektiv unterstützt und gefördert werden. Der Stellenplan für das Gütezeichen sieht insgesamt 14 Stellen vor. Davon entfallen auf die Prozeß- und Produktkontrolle 5 Stellen.

6. Finanzierung des Qualitätsförderungsfonds.

Die Qualitäts- und Absatzförderung mit dem Gütezeichen Schleswig-Holstein finanziert sich aus dem **Qualitätsförderungsfonds**. Dieser setzt sich aus Zuweisungen des Landes sowie einer direkten finanziellen Beteiligung der Land- und Ernährungswirtschaft zusammen, wobei der relative Anteil der Mittel aus der Wirtschaft in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen ist. Ein Grund hierfür waren die **Absenkung der Landeszuweisungen** von 2,3 Mio. DM auf 1,8 Mio. DM im Jahre 1996 und auf 1,17 Mio. DM im Jahre 1997. Die **Beiträge aus der Wirtschaft** liegen mit rd. 1,9 Mio. DM höher als die Landeszuweisung.

Die Einnahmen des Qualitätsförderungsfonds setzen sich 1997 folgendermaßen zusammen:

| | |
|-----------------------|---------------------|
| | 1997 |
| Zuweisung des Landes: | 1,170 Mio. ===== |

Beteiligung der Land- und Ernährungswirtschaft
davon:

| | | |
|--------------------------------------|-------------------|------------|
| -Verleihungsbeiträge | 0,135 Mio. | |
| - Jahresbeiträge | 0,600 Mio. | |
| - Erstattung für Qualitätskontrollen | 0,350 Mio. | |
| - Messebeteiligungen | 0,525 Mio. | |
| - Gemeinschaftswerbung | <u>0,266 Mio.</u> | |
| | | 1,876 Mio. |
| | | ===== |

Die Ernährungswirtschaft ist am Beitragsaufkommen von 1.876 Mio. DM für den Qualitätsförderungsfonds mit 90 % beteiligt. Das heißt, daß das Gütezeichen überwiegend von der Ernährungswirtschaft getragen wird. 10 % des Beitragsaufkommens stammen aus der Landwirtschaft.

Darüber hinaus leistet die Ernährungswirtschaft Aufwendungen für Qualitätskontrollen in Höhe von 0,450 Mio. DM. Die zusätzliche Werbeleistung des Handels für Verkaufsförderungsmaßnahmen beträgt 0,900 Mio. DM.

Die das Zeichen führenden Unternehmen kommunizieren das Gütesiegel Schleswig-Holstein in ihren eigenen Absatzförderungsstrategien. Allein die Zeichenverwendung auf vielen Millionen Produkten führt zu einer Vielzahl von Konsumentenkontakten und verstärkt die im Gütezeichenmarketing eingesetzten Mittel.

7. Akzeptanz des Gütezeichens

a) Land- und Ernährungswirtschaft

Der Überwiegende Anteil der Zeichenverwender führt das Gütezeichen schon seit vielen Jahren. Über das Gütezeichen konnte das **Qualitätsniveau in der Land- und Ernährungswirtschaft** kontinuierlich verbessert werden. Zahlreiche Betriebe führen die „Goldene Qualitätsurkunde“ für langjährige erfolgreiche Qualitätsarbeit. Im Bereich der Landwirtschaft konnte zudem über das Gütezeichen-Programm beispielsweise über die Reduzierung des Nitrat-Gehaltes bei Speisekartoffeln (Grenzwert bei 100 mg NO₃/kg) ein wichtiger Beitrag zur Umweltverbesserung geleistet werden. (Zum Vergleich: Grenzwert für Babynahrung 250 mg NO₃/kg).

Das Interesse der Ernährungswirtschaft Schleswig-Holsteins am Erwerb des Gütezeichens ist ungebrochen. Jährlich werden durchschnittlich 90 Neuanträge gestellt.

b) Lebensmittelhandel

Das Gütezeichen ist für die Einkaufsentscheider des Lebensmittelhandels eine wichtige qualitative Orientierungshilfe. Durch die Attraktivität und Vielseitigkeit des Qualitätssortiments mit dem Gütezeichen organisiert der Lebensmittelhandel bundesweit **Schleswig-Holstein-Verkaufs-Aktionen**. Über diese Verkaufsaktionen sind insbesondere zahlreiche kleine und mittlere Hersteller aus Schleswig-Holstein in die Listung des Lebensmittelhandels aufgenommen worden.

c) Verbraucher

Eine Umfrage zum Gütezeichen im vergangenen Jahr ergab einen gestützten **Bekanntheitsgrad** des Gütezeichens von 64,7 % (in Schleswig-Holstein bei 98 %). Durch die verstärkten Werbe- und Absatzmaßnahmen in den vergangenen Jahren hat sich der Bekanntheitsgrad um über 10 %-Punkte erhöht. Auch die wesentlichen **Inhalte des Gütezeichens** (Spitzenqualität; besonders strenge Kontrollen, Garantie für gleichbleibend hohe Qualität) werden neben der Herkunft von $\frac{3}{4}$ aller Verbraucher identifiziert. Damit ist das Gütezeichen Schleswig-Holstein - auch im Vergleich mit anderen Güte- und Herkunftszeichen - eine **wichtige Orientierungshilfe** für Verbraucher und Handel.

8. Perspektiven für das Gütezeichen

Mit der Verabschiedung von Maßnahmen zur Weiterentwicklung des Gütezeichens **HERGESTELLT UND GEPRÜFT IN SCHLESWIG-HOLSTEIN** im April 1995 wurden die Perspektiven für das Agrarmarketing in Schleswig-Holstein aufgezeigt und durch eine Ende 1996 durchgeführte Repräsentativ-Befragung bestätigt.

Darin wird in einer **Weiterentwicklung des Gütezeichens** in den Bereichen Qualitätssicherung und Kommunikation ein ganz wesentliches Element der Standortsicherung für die Land- und Ernährungswirtschaft Schleswig-Holsteins gesehen.

Im Bereich der **Qualitätssicherung** umfaßt die Weiterentwicklung folgende Instrumente:

- **Anhebung der Qualitätsnormen** von 4,6 auf 4,8 Punkte in der sensorischen Qualitätskontrolle nach dem DLG-5-Punkte Schema,

- **Integration von Qualitätssicherungssystemen** nach DIN ISO 9000 - 9004 in die Anforderungen für das Gütezeichen,
- **Ausschluß von bestimmten Zusatzstoffen und Produktionsverfahren** bei der Herstellung,
- **Ausbau von integrierten Verbundsystemen** zwischen Land- und Ernährungswirtschaft zur Rohwarensicherung.

Im Bereich der **Kommunikation** werden folgende Maßnahmen umgesetzt:

- **Verstärkte und offensive Kommunikation der Inhalte** des Gütezeichens,
- **Verstärkung der Absatzförderung** durch neue Formen von Verkaufsförderungsaktionen mit direkter Ansprache der Verbraucher, abgestimmt auf die unterschiedlichen Vertriebstypen des Lebensmittelhandels,
- **Verstärkte Gemeinschaftswerbung** in Funk und Presse, gezielter Auftritt bei Publikumsveranstaltungen und verstärkte Kooperationen mit anderen Institutionen auf Landes- und Bundesebene,
- **Verstärkte Öffentlichkeitsarbeit** durch eine gezielte Zusammenarbeit mit Pressemedien und elektronischen Medien, bei Informationsveranstaltungen und Organisation eines Presseinformationsdienstes für die Land- und Ernährungswirtschaft.

Das Gütezeichen Schleswig-Holstein besitzt regional und überregional eine hohe Glaubwürdigkeit und Akzeptanz bei Verbraucherinnen und Verbrauchern und beim Lebensmittelhandel. Als regionales Warenzeichen für Lebensmittel steht es für Qualität und Herkunft. Die Lebensmittelhersteller in Schleswig-Holstein identifizieren sich mit diesem Zeichen. Für sie steht die Qualitätsaussage im Vordergrund, nicht der Preis. So begegnen sie der Inflation der vielen Werbezeichen. Der Fortbestand des Gütezeichens wird über die öffentlichen Mittel hinaus durch die finanzielle Beteiligung der Lebensmittelwirtschaft gewährleistet. Das bedingt, daß sie in der Zukunft ihre Marktanteile behauptet. Angesichts einer zunehmenden Bedeutung des regionalen Marketing und damit der regionalen Absatzförderung in Deutschland und Europa wird auf Agrarministerebene eine stärkere Regionalisierung der Mittel des bundesdeutschen Absatzfonds angestrebt.

