



Schleswig-Holsteinischer Landtag

Umdruck 15/4138

Sitzung des Agrarausschusses des Schleswig-Holsteinischen Landtages

**Samstag, dem 17. Januar 2004, um 14.00 Uhr,
im „Internationalen Congress-Centrum“ in
Berlin (Raum 43)**

Tagesordnung:

1. „QS – ein Weg der Wirtschaft hin zu mehr Verbraucherschutz“,
Dr. Hermann-Josef Nienhoff, Geschäftsführer der „Qualität und
Sicherheit GmbH“, Bonn
2. Internationale Grüne Woche 2004
3. Umsetzung der „Qualitätstore“ der Landesregierung in Verbindung
mit dem Gütezeichen am Beispiel von Markenfleisch „Landklasse“-
Rind
4. Qualitätsarbeit für Gütezeichenerzeugnisse
5. Marketingaktivitäten für das Gütezeichen
6. Verschiedenes



TOP 2: Internationale Grüne Woche 2004 (16.-25. Januar)

1. Messehallen am Funkturm

a) Allgemeine Informationen

- Daten und Fakten:
 - IGW findet seit ihrer Gründung im Jahr 1926 zum 69. Male statt
 - Ausstellungsfläche: 114.000 qm in insgesamt 26 Messehallen
 - Aussteller: 1.653, davon 647 aus dem Ausland (58 bet. Länder)
 - Besucher: 494.000 (2003)
 - Abkopplung der „Fruit Logistica“ von der IGW (Termin: 5.-7.2.2004)

- Sonderausstellungen:

- „Marktplatz für Genießer“ (CMA / Bundesländer)	Halle 20
- „Reise zu Natur und Kultur“ (Bund-Länder-Halle)	Halle 21b
- „Gesunde Ernährung – kluger Konsum“ (BMVEL)	Halle 23a
- „Rinderrassen in Deutschland – Wandel und Vielfalt“	Halle 25
- „Clean Energy Power“ (Erneuerbare Energien)	Halle 2.1a
- „Erlebnis-Bauernhof“	Halle 3.2
- „7. Bio-Markt“	Halle 6.2a
- „Natur erleben – Jagd und Angeln“	Halle 26c

- Rahmenprogramm:

„Frische-Forum Fleisch“	16. Januar 2004
- „11. Ost-West-Agrarforum: Welthandel – Perspektiven für die erweiterte EU und ihre neuen Nachbarn“	17. Januar 2004
- „Frische-Forum Molkereiprodukte“	19. Januar 2004
- „Tag der Pflanze“	19. Januar 2004
- „Tag des Tieres“	20. Januar 2004
- „Tag für Agrarmarketing / Öffentlichkeitsarbeit“	21. Januar 2004
- „Tag der Agrarpolitik“	22. Januar 2004
- „Tag des ökologischen Landbaus“	23. Januar 2004



b) Aktivitäten Schleswig-Holsteins in Halle 20

- Auf der 69. „Internationalen Grünen Woche“ präsentieren sich die Bundesländer in Zusammenarbeit mit der CMA in der „Gemeinschaftsschau der deutschen Agrarwirtschaft“. Das Motto lautet wie bereits im vergangenen Jahr: „Marktplatz für Genießer – Schmeck‘ die Vielfalt der Regionen“.
- Das Ministerium für Soziales, Gesundheit und Verbraucherschutz und der Bauernverband organisieren gemeinsam den Schleswig-Holstein-Stand. Dort werden landestypische Spezialitäten von etwa 60 Firmen der Ernährungswirtschaft verkostet und verkauft.
- Im Gästeraum und im Treppenaufgang des 2-geschossigen Schleswig-Holstein-Standes wird durch die Innendekoration für den Tourismus und für Qualitätslebensmittel in Verbindung mit dem Gütezeichen Schleswig-Holstein geworben.
- Am Montag, dem 19. Januar 2004, findet ab 11.00 Uhr im Gästeraum des Schleswig-Holstein-Standes eine Informationsveranstaltung zum Thema „Das Gütezeichen Schleswig-Holstein – ein Instrument des Verbraucherschutzes am Beispiel von Milcherzeugnissen“ für die Mitgliedsverbände der Verbraucherzentrale Berlin statt. Diese Veranstaltung findet in Zusammenarbeit mit der „Käsestraße Schleswig-Holstein“ statt.

c) Aktivitäten Schleswig-Holsteins in Halle 21b

- Unter dem Generalmotto „Leben und arbeiten auf dem Lande“ stellt sich in diesem Jahr innerhalb der sogenannten „Bund-Länder-Schau“ der Kreis Herzogtum Lauenburg vor. Schwerpunktthema der gesamten Veranstaltung ist eine „Reise zu Natur und Kultur“. Beteiligt sind mit eigenen Ständen 10 Bundesländer sowie die EU-Kommission.
Im Mittelpunkt der thematischen Darstellung des Herzogtum Lauenburgs sind Wälder und Seen als wichtiges Potenzial für die wirtschaftliche Entwicklung des Kreises unter besonderer Berücksichtigung des Tourismus, der ländlichen Entwicklung (einschließlich LSE) und der Dorfentwicklung.
- Ein besonderer Schwerpunkt der Aktivitäten Schleswig-Holsteins in der Halle 21b ist der „Schleswig-Holstein-Tag“. Dieser findet am Sonntag, dem 18. Januar 2004, von 13:00 Uhr bis 17:00 Uhr statt. Auf der Bühne wird ein gemischtes Programm in Form einer lockeren Talk-Runde gezeigt. Musikalische Beiträge ergänzen die reinen Sachinformationen.

d) Aktivitäten Schleswig-Holsteins in Halle 22a

- In dem vom Bauernverbände organisierten „Schlemmerland Schleswig-Holstein“ präsentieren sich auf ca. 1.800 qm Brutto-Ausstellungsfläche insgesamt 26



Firmen und Institutionen der schleswig-holsteinischen Ernährungswirtschaft, der Tourismuswirtschaft und der Gastronomie.

- Die Verkostungsstände der Firmen werden ergänzt durch Informationsstände verschiedener Institutionen (u. a. Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA), Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein (TASH) sowie die Regionen Hüttener Berge, die Probstei und Uthlande).
- Die Landwirtschaftskammer wirbt in der Halle in Form eines großen Transparentes sowie mit Motivplakaten für Qualitätslebensmittel mit dem Gütezeichen Schleswig-Holstein.

2. Weitere Aktivitäten Schleswig-Holsteins

a) Schleswig-Holstein Gütezeichen-Aktionen im Berliner Handel

- Durch den kurzfristigen Verkauf des Berliner Handelsunternehmens *GK Großkauf* durch das Kieler Mutterunternehmen *CITTI* an einen anderen Handelspartner findet die eigentlich zur „Internationalen Grünen Woche“ geplante Gütezeichen-Verkaufsaktion für Qualitätslebensmittel aus Schleswig-Holstein nicht statt. Die Aktion wird allerdings in den anderen Märkten der *CITTI*-Gruppe in Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern planmäßig stattfinden. Derzeit laufen weitere Gespräche mit Berliner Handelsunternehmen zur Vorbereitung von Schleswig-Holstein-Aktionen für das laufende Jahr. Darüber hinaus ist in der Landesvertretung Schleswig-Holsteins eine Warenpräsentation unter Beteiligung von Firmen der Ernährungswirtschaft und des Berliner Lebensmittelhandels vorgesehen.

b) Schleswig-Holstein-Abend

- Als einer der gesellschaftlichen Höhepunkte der Grünen Woche findet am Sonntag, dem 18. Januar 2004, ab 19.00 Uhr der Schleswig-Holstein-Abend im *Hotel Steigenberger* statt.

Auf Einladung der Ernährungswirtschaft, des Bauernverbandes und der Landwirtschaftskammer treffen dort Vertreter der Ernährungswirtschaft, des Berliner Lebensmittelhandels und der Politik zusammen.



TOP 3: Umsetzung der „Qualitätstore“ der Landesregierung in Verbindung mit dem Gütezeichen am Beispiel von Markenfleisch „Landklasse“-Rind

Die Landesregierung hatte für die Umsetzung der „Qualitätstore“ auch in 2003 finanzielle Mittel bereitgestellt. Diese Mittel wurden der Gütezeichenabteilung der Landwirtschaftskammer für folgende Modellprojekte zugewiesen:

- Gütezeichenprogramm *Landklasse* der *Coop Schleswig-Holstein* (Frischfleisch Schwein)
- Gütezeichenprogramm *Gutfleisch* der *EDEKA Nord* (Frischfleisch Schwein)
- Herkunftsprogramm der Firma *Böklunder-Plumrose* (Verarbeitungsfleisch)
- Premiumprogramm der Firma *Döllinghareico* (Verarbeitungsfleisch)
- Rindfleischprogramm *Blockhouse* mit der *famila Schleswig-Holstein* (Frischfleisch Rind)

Die Umsetzung der Modellprojekte wurde in der Vorbereitung soweit vorangetrieben, dass Ministerpräsidentin Simonis am 10. April 2003 die Möglichkeit hatte, basierend auf ihrer Regierungserklärung vom März 2001, das Modell der „Qualitätstore“ in Verbindung mit Rind- und Schweinefleisch der Öffentlichkeit als Antwort der Landesregierung auf die BSE-Krise vorzustellen.

Bis zum 10. April 2003 war die gesamte Systemkette zu einhundert Prozent (Landwirtschaft zu 75 %) auditiert. Hierzu zählen die Futtermittellieferanten, die landwirtschaftlichen Betriebe, die Transporteure, Schlachthöfe, Zerlegung, Verarbeitung, Frischezentren und Einzelhandelsgeschäfte der schleswig-holsteinischen Handelsunternehmen *Coop Schleswig-Holstein*, *EDEKA Nord* und *famila Schleswig-Holstein*.

Auf der Pressekonferenz am 10. April 2003 wurde schon von der Landesregierung deutlich gemacht, dass sie einer Kombination des Zeichens der „Qualitätstore“ mit dem Gütezeichen den Vorrang geben würde, als mit einem neuen Zeichen in der Alleinstellung auf den Markt zu kommen. Das wurde auch in den vorgestellten Modellprojekten deutlich gemacht. Durch die Kombination des Gütezeichens mit dem System der „Qualitätstore“ werden Synergieeffekte genutzt, die sowohl finanziell als auch vom Image her sinnvoll sind. Schleswig-Holstein hat mit dieser Entwicklung wieder einen deutlichen Vorsprung gegenüber anderen Bundesländern erzielen können. Über die Qualitätstore erfährt die Gütezeichenarbeit im Sinne des Verbraucherschutzes eine sinnvolle Weiterentwicklung.

In 2003 wurde der Schwerpunkt der Umsetzung der Qualitätstore auf die Einführung von Rindfleisch in das Markenfleischprogramm *Landklasse* der *Coop Schleswig-Holstein* gelegt.



Die Einführung begann mit der Akquisition der Rindermäster. Hier konnten bis dato über 1.000 landwirtschaftliche Betriebe gewonnen werden. Diese wurden fast vollständig auditiert und anerkannt. Die Akquisition geht weiter, da für die regelmäßige erfolgreiche Belieferung rd. 1.200 Betriebe benötigt werden. Es mussten die Qualitätsbestimmungen dahingehend geändert werden, dass auch junges Kuhfleisch mit aufgenommen werden konnte. Schleswig-Holstein ist ein Milcherzeugungsland. Es wäre ansonsten nicht in der Lage, die erforderlichen Rindfleischmengen alleine mit Bullen- und Färsenfleisch zu liefern, die eine *Coop Schleswig-Holstein* und andere Handelspartner ganzjährig benötigen.

Parallel zu der Akquisition in der Landwirtschaft fanden insgesamt 12 Schulungen der Abteilungsleiter und zum Teil auch der Mitarbeiter der *Coop*-Märkte statt. Diese wurden mit den Inhalten und den Grundlagen des *Landklasse*-Rindfleischprogramms vertraut gemacht, mit dem Ziel, diese in abteilungsinternen weiteren Schulungen an die Beschäftigten weiterzugeben.

Die Anerkennungsprüfungen der Schlachthöfe der *Nordfleisch* in Bad Bramstedt, *Thomsen* in Kellinghusen *Vollertsen* in Satrup und *Basche* in Itzehoe wurden durchgeführt.

Des Weiteren standen die Kontrollen der beteiligten Tiertransporteure auf dem Programm.

Die letzten Schritte vor der Umsetzung waren die Kontrollen der Zerlegung und der Märkte der *Coop Schleswig-Holstein*.

Neben der technischen Vorbereitung der Einführung von Rindfleisch in die Marke *Landklasse* erfolgte die werbliche Vorbereitung. Mit der entsprechenden Agentur wurden verschiedene Maßnahmen zur Einführung von Rindfleisch vorbereitet. Dabei standen die Information der Beschäftigten und die Aufklärung der Kunden im Vordergrund. Wichtig ist es, deutlich zu machen, dass mit dem Gütezeichen und dem integrierten „Qualitätstor“-Zeichen neben der qualitativen Begleitung des gesamten Systemprozesses die neutral kontrollierte Qualität des verkaufsfähigen Erzeugnisses im Vordergrund steht. Hiermit hebt sich die Gütezeichenware deutlich von der „QS“-Ware ab, deren Anforderungen aber auch für das Gütezeichen der Mindeststandard ist.

Von der *Orgainvent*, einer Tochtergesellschaft der *CMA*, die für die Überwachung der Rindfleischetikettierung der *Coop Schleswig-Holstein* verantwortlich ist, wurde dann empfohlen, die vorbereitete Einführung von Rindfleisch in das Markenprogramm *Landklasse* von der *Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE)* genehmigen zu lassen. Daraufhin wurden alle Unterlagen und geplanten Werbemittel eingereicht. Die Genehmigung steht bis heute leider noch aus.

Eine Pressekonferenz, die mit dem Ministerium für Soziales, Gesundheit und Verbraucherschutz zur Einführung des Rindfleisches geplant war, musste angesichts dieser unsicheren Situation absagt werden. Trotzdem fiel der Startschuss mit der Einführung von *Landklasse*-Rindfleisch in der 43. Woche 2003 in den *Wandmaker*- und *Sky*-Märkten der *Coop Schleswig-Holstein*. In dieser Startphase wurden Landfrauen als sog. „Botschafterinnen für schleswig-holsteinische Agrarprodukte“



eingesetzt, die die Kunden vor Ort in den Märkten über das *Landklasse*-Programm Rindfleisch aufklärten. Diese waren ebenfalls vorher geschult worden. Mit der richtigen Werbung für Rindfleisch kann erst dann begonnen werden, wenn die Genehmigung der *BLE* vorliegt. Der Start hat gezeigt, dass Rindfleisch in Verbindung mit dem Gütezeichen auch weiterhin seinen Markt findet. Die *Coop Schleswig-Holstein* war von der positiven Resonanz ihrer Kunden sehr positiv überrascht. Damit wurde eine sehr gute Grundlage geschaffen, auch andere landwirtschaftliche Erzeugnisse im Frischbereich nach derselben Systematik in den Vertriebsbahnen der *Coop* einzuführen. Mit diesem Schritt identifiziert sich die *Coop* als Handelsgruppe mit ihrem Standort in Schleswig-Holstein unter dem Motto „Aus der Region für die Region“. Auf diese Weise werden Absatzmärkte für die Landwirtschaft unseres Landes gesichert.

Auch die *EDEKA Nord* würde gerne bei Rindfleisch ausschließlich auf die Herkunft aus Schleswig-Holstein setzen. Das ist aber angesichts fehlender Mengen momentan nicht möglich.

TOP 4: Qualitätsarbeit für Gütezeichenerzeugnisse

Die **Grundlagen** für das Gütezeichen sind die gesetzlichen Bestimmungen und Verordnungen. Sie werden ergänzt durch die Anforderungen der „Qualitätstore“ und die Qualitäts- und Prüfbestimmungen gemäß RAL-RG 166.

Die **Voraussetzungen**, die ein Betrieb erfüllen muss, der das Zeichen führen möchte, sind entweder eine Zertifizierung nach ISO 9001-2000 oder ein anerkanntes HACCP-Konzept sowie der Nachweis über regelmäßige externe Kontrollen der Betriebshygiene und der Erzeugnisse.

Die **externen Kontrollen** müssen von Prüfinstituten durchgeführt werden, die entweder beim *Deutschen Akkreditierungsrat (DAR)* oder als Prüflabor beim *Deutschen Akkreditierungssystem Prüfwesen (DAP)* eingetragen sind. Außerdem müssen diese nach DIN ISO 17025:2000 oder DIN EN 45011 zertifiziert sein.

Die Stationen der **betrieblichen Eigenkontrolle** beginnen mit einer Dokumentation dieser Eigenkontrolle, einer Rohwareneingangskontrolle, der Produktkontrolle sowie einer Warenausgangskontrolle.

Die **Gütezeichenkontrolle** geschieht im Auftrag der Landwirtschaftskammer. Ganzjährig hergestellte Erzeugnisse werden 4 mal im Jahr und Saisonzeugnisse 2 mal im Jahr untersucht. Dabei werden Ergebnisse von anerkannten neutralen Instituten berücksichtigt. Die Proben werden sowohl im Herstellungsbetrieb als auch im Lebensmittelhandel gezogen. Die Gütezeichenkontrollen umfassen sowohl sensorische (äußere Beschaffenheit, Konsistenz, Geruch und Geschmack) als auch analytische Untersuchungen (Inhaltstoffe, Rückstände etc.). Die Testate sind umfassend und justitiabel.

Als neue Anforderung ist die **EU-Verordnung 178/2002** hinzugekommen. Diese hat zum Ziel, im Sinne der Lebensmittelsicherheit, des Verbraucherschutzes und der



Rückverfolgbarkeit eine Dokumentationskette von der Landwirtschaft bis zur Ladentheke einzuführen. Sie ist auch die Grundlage für die Tätigkeit der Europäischen Verbraucherschutzbehörde. Angesichts dieser Verordnung ist Schleswig-Holstein mit seinen Initiativen der Zeit weit voraus. Diese Verordnung tritt am 1. Januar 2005 in Kraft. Mit dieser Verordnung sollen die Warenströme nachvollziehbar geordnet werden. Mit „QS“ werden schon jetzt die landwirtschaftlichen Betriebe auf die generelle Einhaltung dieser Verordnung vorbereitet.

Mit der Eingliederung der „**Qualitätstor**“-Systematik in das Gütezeichen als integraler Bestandteil wurde ein Weg beschritten, der dazu führt, dass die internen und externen Warenströme erfasst und dokumentiert werden. Alle Marktpartner müssen alle Lieferanten und Kunden benennen. Die Verkaufseinheiten sind so zu kennzeichnen, dass der Warenstrom nachvollziehbar ist. Die Dokumentationen der Marktpartner bauen aufeinander auf.

TOP 5: Marketingaktivitäten für das Gütezeichen

a) Schleswig-Holstein-Gütezeichenaktionen 2003

- Schwerpunkt in Schleswig-Holstein (zentral-regionale Aktionen), Norddeutschland und Berlin
- Sortimentsaktionen mit spezieller Bewerbung und Warenpräsentation (Zweitplatzierungen)
- Einsatz von „Botschafterinnen für schleswig-holsteinische Agrarprodukte“
- Anzeigen- und Handzettelwerbung
- Einsatz von P.O.S.-Material (Informations-, Preis- und Motivplakate, Deckenhänger, Fahnenketten und Kleindisplaymaterial)
- Durchführung von Preisausschreiben und Gewinnspielen

b) Gemeinschaftsbeteiligungen auf Inlandsmessen

„Internationale Grüne Woche“, Berlin	17. – 26.01.2003
„Internationale Kartoffelbörse“, Hamburg	20.02.2003
„ANUGA“, Köln	11. – 15.10.2003
„Internationale Grüne Woche“, Berlin	16. – 25.01.2004
„BioFach“, Nürnberg	19. – 22.02.2004
„InterMopro“ / „InterMeat“ / „InterCool“, Düsseldorf	26. – 29.09.2004



c) Gemeinschaftsbeteiligungen auf Auslandsmessen

„European Seafood Exposition“ / „Seafood Processing Europe“, Brüssel	06. – 08.05.2003
„POLAGRA-FOOD“ / „Taropak“, Poznan (Polen)	16. – 19.09.2003
„European Seafood Exposition“ / „Seafood Processing Europe“, Brüssel	04. – 06.05.2004
„POLAGRA-FOOD“ / „Taropak“, Poznan (Polen)	21. – 24.09.2004
„SIAL“, Paris (Beteiligung auf dem Stand der Partnerregion „Pays de la Loire“)	20. – 24.10.2004

d) Sonderaktionen und Öffentlichkeitsarbeit

„Tag der Milch“, Karstadt / „Holstentörn“, Kiel	30.05. – 01.06.2003
„Gütezeichen-Frühschokkolanke“	25.06.2003
Gütezeichen-Verleihung Speisekartoffeln	25.11.2003
Länderreport Schleswig-Holstein in der „Lebensmittel-Zeitung“	28.11.2003

e) Zentral-regionale Aktivitäten in Zusammenarbeit mit der CMA

Workshop mit verschiedenen Schulen und Vertreter der Ernährungswirtschaft zum Thema „Wie ernähre ich mich richtig?“	26. – 27.02.2003
Informationsveranstaltung zum Thema „Schutz geographischer Herkunftsangaben nach der EU-Verordnung 2081/92“	26.06.2003
Informationsveranstaltung zum Thema „Handelsmarken bei Lebensmitteln“	02.07.2003

Planung 2004:

- Projekte „Qualitätstore“ Obst, Gemüse und Getreide
- Schleswig-Holstein-Verkaufsaktionen unter Einbeziehung der „Botschafterinnen für schleswig-holsteinische Agrarprodukte“
- Marketingberatung für ökologische Erzeugnisse
- Workshop für zentral-regionales Marketing
- Marktstudie zum Gütezeichen Schleswig-Holstein
- Sonderaktion „Raus aufs Land“ mit dem NDR
- Sonderaktion „Schleswig-Holstein blüht auf“ mit dem NDR



- Kooperation mit der Gastronomieaktion „Nordische Tafelfreuden“
- „Apfeltage“ in Pinneberg
- „Käsestraße Schleswig-Holstein“
- „Bauernmarkt auf der NORLA“ in Rendsburg

f) Zusammenarbeit mit folgenden Institutionen im Rahmen der Gütezeichenarbeit

- Ministerium für Soziales, Gesundheit und Verbraucherschutz des Landes Schleswig-Holstein
- Ministerium für Wirtschaft, Technik und Verkehr des Landes Schleswig-Holstein
- Ministerium für Umwelt, Natur und Landwirtschaft des Landes Schleswig-Holstein
- Centrale Marketinggesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft mbH
- Institut für Gütesicherung und Kennzeichnung (RAL) e.V.
- Industrie- und Handelskammern zu Kiel, Lübeck und Flensburg
- Bauernverband Schleswig-Holstein e.V.
- Verbraucherzentrale Schleswig-Holstein e.V.
- Wirtschaftsförderung Schleswig-Holstein GmbH
- Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH
- Verein Käsestraße Schleswig-Holstein e.V.