

Stand: 22.04.2026 04:39:07

Vorgangsmappe für die Drucksache 19/10497

"Änderungsantrag Haushaltsplan 2026/2027; hier: Schweinefleischvermarktung (Kap. 08 03 Tit. 547 90)"

---

Vorgangsverlauf:

1. Initiativdrucksache 19/10497 vom 05.03.2026
2. Beschlussempfehlung mit Bericht 19/11373 des HA vom 16.03.2026



## Änderungsantrag

der Abgeordneten **Klaus Holetschek, Michael Hofmann, Tanja Schorer-Dremel, Josef Zellmeier, Petra Högl, Werner Stieglitz, Daniel Artmann, Barbara Becker, Maximilian Böttl, Leo Dietz, Sebastian Friesinger, Patrick Grossmann, Manuel Knoll, Harald Kühn, Dr. Petra Loibl, Thomas Pirner, Sascha Schnürer, Thorsten Schwab, Kristan Freiherr von Waldenfels und Fraktion (CSU),**

**Florian Streibl, Felix Locke, Bernhard Pohl, Tobias Beck, Martin Behringer, Dr. Martin Brunnhuber, Susann Enders, Stefan Frühbeißer, Johann Groß, Wolfgang Hauber, Bernhard Heinisch, Alexander Hold, Marina Jakob, Michael Koller, Nikolaus Kraus, Josef Lausch, Christian Lindinger, Rainer Ludwig, Ulrike Müller, Prof. Dr. Michael Piazzolo, Julian Preidl, Anton Rittel, Markus Saller, Martin Scharf, Werner Schießl, Gabi Schmidt, Roswitha Toso, Roland Weigert, Jutta Widmann, Benno Zierer, Felix Freiherr von Zobel, Thomas Zöllner und Fraktion (FREIE WÄHLER)**

**Haushaltsplan 2026/2027;  
hier: Schweinefleischvermarktung  
(Kap. 08 03 Tit. 547 90)**

Der Landtag wolle beschließen:

Im Entwurf des Haushaltsplans 2026/2027 wird folgende Änderung vorgenommen:

In Kap. 08 03 wird der Ansatz im Tit. 547 90 (Sächliche Verwaltungsausgaben) für das Jahr 2026 von 562,3 Tsd. Euro um 80,0 Tsd. Euro auf 642,3 Tsd. Euro erhöht.

Die Deckung erfolgt aus Kap. 13 02 Tit. 893 06.

### **Begründung:**

Im Bereich Schweinefleischvermarktung wird derzeit durch zwei aufeinander aufbauende Forschungsprojekte das Potenzial der Initiative „Sauguad“ als innovative regionale Wertschöpfungskette für Schweinefleisch in Bayern evaluiert und zukunftsfähige Vermarktungs- und Vertriebskonzepte entwickelt. Diese Konzepte und Vermarktungsansätze sollen in einem weiteren Schritt in die Praxis überführt werden und „Sauguad“ als Marke etabliert werden. Für landwirtschaftliche Erzeugerbetriebe, die z. B. aufgrund von räumlichen Gegebenheiten nicht auf höhere Haltungsstufen umstellen können, eröffnen sich hierdurch Möglichkeiten, sich weiterhin am Markt zu behaupten.

Beschlussempfehlung mit Bericht 19/11373 des HA vom 16.03.2026

Da dieses Dokument größer als 1 MB ist, wird es aus technischen Gründen nicht in die Vorgangsmappe eingefügt.

Download dieses Dokuments [hier](#)