



Änderungsantrag

der Abgeordneten **Holger Griebßhammer, Ruth Müller, Volkmar Halbleib, Harry Scheuenstuhl, Anna Rasehorn, Doris Rauscher, Arif Taşdelen, Markus Rinderspacher, Horst Arnold, Nicole Bäuml, Florian von Brunn, Martina Fehlner, Christiane Feichtmeier, Sabine Gross, Dr. Simone Strohmayr, Ruth Waldmann, Katja Weitzel und Fraktion (SPD)**

Haushaltsplan 2026/2027;

**hier: Direktvermarktung und regionale Wertschöpfung stärken
(Kap. 08 03 Tit. 892 90)**

Der Landtag wolle beschließen:

Im Entwurf des Haushaltsplans 2026/2027 werden folgende Änderungen vorgenommen:

In Kap. 08 03 (Allgemeine Bewilligungen - Bereich Landwirtschaft) wird in der TG 90 (Regionale Vermarktung, Qualitäts- und Herkunftssicherung) der Ansatz im Tit. 892 90 (Zuschüsse für Vermarktungseinrichtungen) für das Jahr 2026 von 1.417,0 Tsd. Euro um 300,0 Tsd. Euro auf 1.717,0 Tsd. Euro und für das Jahr 2027 von 1.417,0 Tsd. Euro um 600,0 Tsd. Euro auf 2.017,9 Tsd. Euro erhöht.

Begründung:

Unsere Landwirtschaft befindet sich in einem Prozess grundlegender Umstellungen und Anpassungen. Über die Jahrzehnte hat sich ein System entwickelt, das dem Lebensmitteleinzelhandel bei der Preisgestaltung im Einkauf eine Monopolstellung ermöglicht. Vielfältige regionale Strukturen wurden zugunsten von Spezialisierung, Zentralisierung und der Orientierung am Weltmarkt vernachlässigt. Besonders in ländlichen Regionen, in denen die Lebensmittel produzierenden Landwirtinnen und Landwirte leben und arbeiten, hält bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern allerdings der Wunsch Einzug, ihre Lebensmittel direkt dort zu kaufen, wo sie produziert werden.

Direkte Qualitätskontrolle, weniger Verpackung, die Verbindung zu den Menschen und mitunter kurze Wege machen Direktvermarktung für Verbraucherinnen und Verbraucher attraktiv und können in Zukunft zu einer tragfähigen Einkommensquelle der bäuerlichen Betriebe ausgebaut werden. Eine lokale Lebensmittelherstellung und Vermarktung sichert die Grundversorgung vor Ort und macht die Region resilienter gegenüber Krisen. Gleichzeitig werden Kaufkraft und Beschäftigung vor Ort gestärkt, bestehende Strukturen gesichert und dörfliches Leben sowie ländliche Wirtschaftskreisläufe gefördert.

Um die direkte Vermarktung zu fördern, sollen Vermarktungsstrategien gefördert und direkt vermarktende Betriebe besser unterstützt werden. Das Ziel dieser Unterstützung sollte sein, dass in jeder Region eine Ansprechstelle für regionale Produktion, Verarbeitung und Vermarktung unter Nutzung der bestehenden Netzwerke existiert. Das hilft den Landwirtinnen und Landwirten und den Strukturen im ländlichen Raum. Zugleich wird die Nachfrage nach regionalen Produkten und damit eine gesunde und nachhaltige Ernährung gefördert.