

Sachantrag zum SHR 2014 in Scharbeutz

Verbesserung der öffentlichen Wahrnehmung der Landwirtschaft in Deutschland

Die Junge Union Schleswig-Holstein weist auf den seit Anfang des 20. Jahrhunderts stetig fortschreitenden Strukturwandel der deutschen Landwirtschaft hin. Dieser wurde maßgeblich vorangetrieben durch den technischen Fortschritt und die Erfolge der Wissenschaft, aber auch durch Kostendruck und Rationalisierungszwang. Angetrieben durch den Markt entwickelten sich einfache subsistenzwirtschaftliche Bauernhöfe zu effektiveren Vieh- und Ackerbaubetrieben. Auch in Zukunft wird dieser Wandel nicht zum Stehen kommen. In Zeiten der Globalisierung sind die Landwirte gezwungen, für eine höhere Wirtschaftlichkeit zu expandieren - die Fläche bzw. Viehzahl pro Betrieb steigt, die Anzahl der Betriebe sinkt.

Diese Entwicklung birgt die Gefahr, dass mittelgroße landwirtschaftliche Familienbetriebe in ihrer Fortführung und Existenz bedroht sind. Ohne signifikante Subventionen haben nur noch industrialisierte Großbetriebe eine realistische Chance auf Fortbestand. Das hat zur Folge, dass der ohnehin schon strukturschwache ländliche Raum, vor allem bei uns in Schleswig-Holstein, zusätzlich an regional-gesellschaftlicher Substanz verliert. Der Großteil der Verbraucher ist bereits jetzt schon nicht mehr in der Lage, sich mit Herkunft und Produktion seiner Nahrungsmittel zu identifizieren. Die genannte strukturelle Entwicklung führt zu einer wachsenden Entfremdung des Konsumenten zur Landwirtschaft.

Deshalb erachtet die Junge Union Schleswig-Holstein es als sinnvoll, das Bewusstsein des Verbrauchers zu stärken. Hofläden¹ stellen eine unmittelbare Verbindung zwischen Erzeuger und Verbraucher dar. Sie bedienen jedoch nur eine Marktnische und sind daher nicht flächendeckend vorhanden. Regionale Produkte sollten auch auf andere Weise vermarktet werden, die Kampagne „Landklasse“ ist ein gutes Beispiel.

Die Junge Union Schleswig-Holstein fordert deshalb eine vermehrte Aufklärung des

¹ Die JUSH unterscheidet zwischen der gelegentlichen Vermarktung einzelner Produkte (z.B. Eier, Kartoffeln, Honig, Blumen etc.) und einem professionellen, durchgängig betreuten Hofladen mit einem oftmals über die Produktpalette des Hofes hinausgehenden Sortiment.

30 Verbrauchers, um eine Sensibilisierung für Landwirtschaft stattfinden zu lassen und die
31 Vermarktung regionaler Produkte zu stärken.

32

33

34 Mögliche Maßnahmen zur verbesserten öffentlichen Wahrnehmung der Landwirtschaft sind
35 Folgende:

36

37 - Kooperationen zwischen dem Einzelhandel und ansässigen Landwirten müssen unterstützt und
38 besonders beworben werden. Denkbare Medien sind öffentlich-rechtliche Fernseh- und
39 Radiosender, sowie die Internetseiten von Kommunen und dem Land.

40 - Kinder und Jugendliche müssen im Rahmen von Schulausflügen landwirtschaftliche Betriebe
41 kennenlernen, damit der pathologischen Entwicklung 'Milch kommt aus dem Supermarkt und
42 Kühe sind lila' ein Ende gesetzt wird. Ein positiver Nebeneffekt hierbei ist die bewusstere
43 Ernährung vom Kindesalter an. Die Lehrpläne an Schulen müssen dementsprechend
44 ausgerichtet sein und die Besichtigungen im Unterrichtsgespräch vor- und nachbereitet werden.
45 Wir fordern auch die Landwirte auf, dass sie ihrerseits eine aktive Zuwendung zu den
46 Verbrauchern suchen und pflegen.

47 - Zuletzt sehen wir das Verbraucherschutzministerium in der Pflicht, vermehrt neutrale
48 Kampagnen durchzuführen, um einen Diskurs in der Öffentlichkeit anzuregen und die
49 Gesamtbevölkerung zu überzeugen, verstärkt Produkte aus nachhaltigem regionalem Anbau
50 vorzuziehen.