

„Lebensmittel sind keine ‚Geiz-ist-geil‘-Produkte“

BDF | Duisburg ► Der Bundesverband der Frischemärkte in Deutschland BDF e.V. und die Duisburg Kontor GmbH, Betreiberin des Duisburger Großmarkts und der vielen Wochenmärkte in der Stadt, hatten Bundeslandwirtschaftsminister Alois Rainer MdB Ende August zu einem Besuch über den Bauernmarkt in der Duisburger Innenstadt mit anschließender Panel-Diskussion zur Zukunft der Märkte eingeladen. Nach einem intensiven Austausch, mit dem sich der BDF sehr zufrieden zeigte, sagte der Minister seine Unterstützung für die Förderung der Wochenmärkte „ganz fest zu“.

Christine Weiser

Fruchthandel-Redakteurin Christine Weiser im Gespräch mit Bundeslandwirtschaftsminister Alois Rainer



Foto: Frank Wilhausen

Wochenmärkte sind Orte der Begegnung, soziale Treffpunkte, an denen Menschen ins Gespräch kommen können, die erhalten werden müssen. Deshalb war es Uwe Kluge, Vorstandsvorsitzender des BDF, so wichtig, in den politischen Dialog mit Bundeslandwirtschaftsminister Alois Rainer zu treten. Dieser könne zwar nicht jede Woche einen anderen Wochenmarkt besuchen, das schaffe er zeitlich nicht. Aber er werde an den Besuchen grundsätzlich festhalten und intensive Gespräche anstreben, damit die Wochenmärkte gemeinsam bespielt werden können. „Während Corona haben die Menschen erleben müssen, was es bedeutet, wenn Produkte plötzlich knapp werden und nicht

zur vollen Verfügung stehen. Ich bin froh, dass wir die Wochenmärkte haben. Wenn wir ehrlich sind, ist es dort nicht einmal unbedingt teuer. Vollsortimenter sind aber vielleicht bequemer. Ich weiß, dass wir bei den Wochenmärkten mit den Fördermitteln nicht wirklich vertreten sind. Die Städtebauförderung könnte dafür der passende Bereich sein“, betonte Rainer und versprach, die zuständige Kollegin zeitnah darauf anzusprechen.

Denn an der Bedeutung der Wochenmärkte, die laut Sören Link, Oberbürgermeister der Stadt Duisburg, seit seiner Kindheit stark abgenommen hat, müsse gearbeitet werden. „Ich bin ein Riesenfreund von Wochenmärkten und unterstütze

sie gerne. Für mich stehen sie für Lebensqualität, sie haben eine hohe Bedeutung für den sozialen Frieden und sind wichtig für den Stadtteil. Ich glaube, dass wir viel in Deutschland und der Region zu bieten haben. Wir müssen aber alle ein Stück dazu beitragen, dass das auch so bleibt.“ Am Schreibtisch sei das aber nicht leistbar, das gehe nur vor Ort. Nur so könnten auch in zehn, 20 oder 30 Jahren noch attraktive Wochenmärkte angeboten werden, die gerade für die nachfolgenden Generationen entscheidend seien.

Aber haben Wochenmärkte auch genügend soziale, wirtschaftliche, strukturelle und versorgungsmäßige Relevanz für die Politik? Link ist sich sicher, dass die Politiker in Berlin durchaus um die Situation wissen, schließlich gehen auch sie einkaufen. Die zentrale Verantwortung, um die Infrastruktur zu stützen, sei aber noch ausbaufähig. Denn Wochenmärkte seien Kristallisationspunkte von Stadtentwicklung bei Aspekten wie Strom, Internet und Wasseranschluss. Diese Kosten könnten Kommunen und Markthändler nicht alleine stemmen. „Wir müssen die Themen bewusste Ernährung und den Umgang mit Ressourcen in die Köpfe der Menschen bringen. Dafür brauchen wir Marktplätze und Markthallen.“

Welthandel und Vor-Ort-Versorgung

Es brauche die großen Produzenten für den Welthandel und die kleinen für die Versorgung vor Ort. Nur so könne laut Uwe Kluge die Produktvielfalt aufrechterhalten werden. „Es darf nicht sein, dass wir von den großen Lebensmittelkonzernen erklärt bekommen, welche

Produkte in der O+G-Abteilung zu finden sind. Kleine und mittelständische Unternehmen brauchen Orte wie den Großmarkt oder Marktplatz, um selbsterzeugte oder gehandelte Produkte in den Markt zu bringen. Es darf nicht sein, dass wir in Deutschland am Ende nur noch drei Tomaten haben, wir brauchen Vielfalt. Diese werden die Konzerne aber nicht berücksichtigen können und wollen.“ Kleine und mittelständische Händler mit hoher Fachkompetenz, die bundes- und europaweit handeln, seien dafür unerlässlich. „Wir dürfen darauf nicht verzichten. Es darf keine Monopolstruktur geben. Da sehe ich Länder und Bund in der Verantwortung.“ In den südlichen Ländern werde das viel mehr gelebt,



DEINE STADT BRAUCHT



Ihr frisches Tor zur Welt!

Wo Händler, Produzenten und Genuss zusammenkommen.

Wholesale Market Hanover – Your Fresh Gateway to the World!
Where traders, producers and taste meet.

Mehr erfahren:
www.grossmarkt-hannover.de/en/



Bundesland-
wirtschafts-
minister Alois
Rainer ließ
es sich nicht
nehmen,
frische und
regionale
Erdbeeren zu
kaufen.



dort gebe es eine höhere Lebensmittelkultur in Bezug auf Ernährung. Jeder Urlauber kenne das laut Kluge, wenn er im Ausland von der Marktvielfalt schwärme, die in Deutschland fehle. „Der LEH hat gute Produkte, aber die Vielfalt fehlt. Deshalb müssen wir zusammenarbeiten, damit wir diese Räume erhalten können. Dafür setzt sich der Bundesverband der Frischemärkte mit seinen Partnern, den Erzeugern und Wochenmarkthändlern ein.“

Gute Vorsätze sind das eine. Am Ende entscheide aber der Kunde, ob sich eine Struktur durchsetze. Deshalb müsse man ihm die Möglichkeiten im wahrsten Sinne des Wortes schmackhaft machen. „Bei uns ist es Standard, Serrano-Schinken aus Spanien zu kaufen. Aber in den südlichen Ländern findet sich deutsche Ware selten in den Regalen. Verstehen Sie mich nicht falsch, ich gönne jedem diese Produkte. Aber wenn wir unsere Märkte stützen wollen, dann funktioniert das in erster Linie über die Kunden. Wenn wir Wochenmärkte, Landwirtschaft und Ernährungswirtschaft erhalten wollen, dann müssen die Menschen auch dort hingehen, regional einkaufen und fragen, woher die Ware kommt. Das bedeutet aber nicht, dass ich die Verantwortung damit

von uns weisen will“, stellte Alois Rainer, der für die Strategie „Moderne Agrarexporte ‚Made in Germany‘“ unterwegs ist, mit der das Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (BMLEH) insbesondere kleine und mittlere Unternehmen der Agrar- und Ernährungswirtschaft unterstützen will, klar. Dazu gehöre auch, das Thema gesunde und richtige Ernährung schon bei Kindern anzusprechen. „Ich hatte noch Hauswirtschaft in der Schule. Als junger Bursche habe ich kochen müssen, heute mache ich das leidenschaftlich gerne. Ich weiß noch, dass ich in der Schule beim Pfannkuchen backen absichtlich Zucker mit Salz ausgetauscht habe. Das mussten wir auch essen. Ich sage Ihnen, das macht man einmal, aber kein zweites Mal“, brachte Rainer das Plenum mit der Anekdote zum Schmunzeln. Ernstere Töne schlug er dann wieder an als es darum ging, das Wissen über Lebensmittel bereits an die kleinen Verbraucher zu vermitteln. Er sei ein großer Freund von Schulgärten, damit Kinder lernen, wo das Produkt herkommt, und verstehen, dass man sich dann auch um den Apfel oder die Erdbeere kümmern muss, bis sie auf dem Tisch landen. Daran knüpfe das Thema Lebensmittelverschwendung an, denn 60 % entfallen auf



den privaten Bereich. „Damit drehen wir das Rad schon in die richtige Richtung. Lebensmittel sind kein Ramschprodukt, kein Geiz ist Geil, sondern etwas Besonderes, das seinen Wert und Preis hat. Da müssen wir wieder hin, das ist meine große Vision“, stellte Rainer klar.

Erzeuger mit an den Tisch holen

Dafür brauche es auch die richtigen Vertriebsstrukturen, erklärte Heiko Faby, Erzeuger im Alten Land. „Ein Großteil der Produkte wird über Supermärkte verkauft, weil sie präsent sind und die Ware in großen Mengen verkaufen können. Deshalb kaufen die Verbraucher dort ein.“ Die Natur lasse sich aber keine Vorgaben machen und lasse z.B. kleine und große Clementinen wachsen. Da der LEH jedoch auf gewisse Kaliber bestehe, brauche es Strukturen, in denen Größe keine Rolle spiele. „Um den Verbrauchern diese schmackhaft zu machen, brauchen wir Wochen- und Großmärkte. Dort haben wir den Kunden vis-à-vis vor uns und können ihm auch was zum Probieren anbieten.“ Faby bemängelte, dass die Erzeuger in Deutschland immer das letzte Glied in der Kette seien, die dadurch nicht bestimmen können, welchen Preis sie für ihre Ware bekommen. „Der LEH sagt, dass er Äpfel für 2,99 Euro will. Er braucht diese Spanne. Auch der Zwischenhändler hat eine gewisse Spanne. Was dann überbleibt, bekommt der Erzeuger. Das war in den vergangenen Jahren oft zu wenig, als das er davon leben könnte.“ Das würde in anderen Ländern anders gehandhabt. Dort gebe es Minimalpreise und die Erzeuger sitzen bei Verhandlungen mit am Tisch. „Es

wäre schön, wenn die Politik da eingreifen und eine Richtung vorgeben könnte, um den Erzeugern die Freude an ihrem Produkt wieder zurückzugeben“, so Fabys Wunsch.

Auch Alois Rainer erachtet den Schutz der Erzeuger als wichtig. Vor allem, weil es aktuell viele Herausforderungen gebe, etwa hohe Energie- und Bürokratiekosten oder die sinkende Verfügbarkeit von Pflanzenschutzmitteln. Auch die Trockenheit und die Frage nach einer ausreichenden Bewässerung spielen eine Rolle. „Wir versuchen, einiges abzufedern, aber das ist nicht immer einfach.“ Eine hohe Kostenstruktur stehe der fehlenden Möglichkeit gegenüber, auf den Preis einzuwirken. Ein Stück weit sei es auf Wochenmärkten möglich, den Preis selber anzupassen. Aber davon abgesehen seien die Erzeuger „auf Gedeih und Verderb dar-

DUISBURG
IST FERTIG

DUISBURGKONTOR.DE

Duisburger Großmarkt:

Ihr Partner für Qualität und Frische aus der Region.

Auf der Höhe 10 | 47059 Duisburg | Tel.: 0203 315598





Auf dem Duisburger Bauernmarkt hatte der Bundeslandwirtschaftsminister ein offenes Ohr und hakte auch noch mal genauer nach.

auf angewiesen, was sie aus dem Markt erhalten. Das ist in jedem landwirtschaftlichen Betrieb ein großes Thema“. Regionale Ernährung müsse gestützt werden. Dazu brauche es Modellprojekte in ganz Deutschland, in denen Erzeugung und Vermarktung in der Gemeinschaftsverpflegung unterstützt werden. „Gerade da liegt ein großer Hebel. Wir können den Kommunen und Trägern für Schulen und Mensen die Vorgabe machen, hauptsächlich Bio- oder regionale Ware zu verwenden. Mag sein, dass das etwas mehr kostet. Aber eigentlich liegt der Kostenfaktor in erster

Linie nicht beim Produkt selbst, sondern in der Produktion, bei der Energie und beim Personal. Dieser Schalter lässt sich natürlich nicht sofort umlegen. Aber wir können regionale Produkte stärker bewerben und im Außer-Haus-Verzehr darauf achten, dass diese Produkte gekauft werden. Und zwar nicht mit erhobenem Zeigefinger, sondern als Anregung und Nachfrage. „Das ist nicht immer einfach, aber wir sind auf einem guten Weg, müssen diesen nur noch besser skizzieren.“

Vor allem kleine und mittelständische Unternehmen müssen auch weiterhin die Möglichkeit haben, ihre Produkte abzusetzen. Das können sie laut Uwe Kluge nicht über den LEH-Kanal. Viele Gemeinschaftsverpflegungen, Kitas und Pflegeeinrichtungen haben eigene Küchen, in denen sie kochen. Das bedeutet, sie gehen dafür einkaufen, können dies aber schlecht direkt beim Erzeuger. „Sie brauchen dafür Räume und Orte wie Marktplätze oder Großmärkte. Die Zusammenarbeit von Genossenschaften wie Pfalzmarkt oder Langförden können auch helfen, um Produkte, gerade saisonale, über einen längeren Zeitraum anbieten zu können. Wir haben bereits viele gute Ansätze und auch die Verantwortung, diese umzusetzen – an einem Strang“, schloss Kluge.

Schlüsselimpulse

Politische Anerkennung der Frischemärkte als Versorgungsinfrastruktur: Der BDF regt an, künftig Groß- und Wochenmärkte in den Strategien und Programmen des BMLEH ausdrücklich zu verankern. Dies betrifft die Ernährungs-, Regionalentwicklungs- und Resilienzpolitik des Bundes.

Investitions- und Modernisierungsprogramm: Der BDF regt eine eigene Förderkulisse an, die Investitionen in Wochen- und Großmärkte gezielt unterstützt. Auch ein Modellprogramm „Zukunftsfähige Frischemärkte“ wäre eine Option. Gefördert werden dann neben einzelnen Gliedern der regionalen Lebensmittelkette auch die gemeinschaftlich genutzten Marktinfrastrukturen – also die Marktplätze, welche die Ketten zusammenhalten.

Regionale Landwirtschaft braucht vielfältige Absatzwege: Der BDF regt an, dass die Bundesregierung regionale Erzeuger und Lebensmittelhandwerker nicht nur bei der Produktion, sondern auch beim Absatz über Groß- und Wochenmärkte unterstützt. So können die Frischemärkte künftig gezielt als regionale Vermarktungsplattform gefördert werden.

Grundsätzliche Vielfalt und Widerstandsfähigkeit des deutschen Lebensmittelversorgungssystems: Der BDF regt eine nationale Strategie vielfältiger Lebensmittelvertriebswege an – mit wirksamer Kontrolle der Nachfragemacht, strengeren Maßstäben bei weiterer Marktkonzentration und einer gezielten Förderung von Groß- und Wochenmärkten, Markthallen und regionalen Vermarktungsstrukturen.

Märkte als Orte der Begegnung und regionalen Identität: Die soziale, kulturelle und identitätsstiftende Funktion von Frischemärkten sollte in der Ernährungs-, Regionalentwicklungs- und Innenstadtpolitik ausdrücklich anerkannt werden. Der BDF regt an, Bei Förderentscheidungen neben wirtschaftlichen und baulichen Effekten auch den Beitrag der Märkte zur Begegnung, Integration, regionaler Identität und lebendigen öffentlichen Räumen zu berücksichtigen.

Nachwuchs und wirtschaftliche Zukunft: Der BDF regt ein Gründer- und Nachfolgeprogramm für junge Marktbeshicker, Hofnachfolger, Händler und Lebensmittelhandwerker an. Diese Unterstützung könnte das BMLEH gemeinsam mit Ländern, Kommunen und Verbänden auf den Weg bringen.



Der Bauernmarkt in der Duisburger Innenstadt stand Ende August im Interesse der Politik.



Zusammen mit Uwe Kluge (r.) nahm Bundeslandwirtschaftsminister Alois Rainer auch das Angebot an Dips, Cremes und vor allem Oliven in Augenschein.



Nach dem Marktbesuch gab Sören Link (3.v.l.) dem Bundeslandwirtschaftsminister auf dem Weg zum Impulsgespräch noch einen Überblick über die Einkaufsstraße.



„Der Bundeslandwirtschaftsminister scheint die existenzielle Bedeutung von regionalen Produkten sowie Wochen- und Großmärkten erkannt zu haben. Ich glaube ihm, wenn er sagt, dass er die Orte schützen will“, so Jörn Böttcher, Geschäftsführer GROSSMARKT HANNOVER GmbH und Vorstandsmitglied BDF.



(v.l.) Rolf Strobel (BDF, Frischezentrum Essen), Frank Willhausen (BDF), Alexander Klomparend (Duisburg Kontor), Heiko Faby (Faby Fruchtgroßhandel), Jörn Böttcher (BDF, Großmarkt Hannover), Bundeslandwirtschaftsminister Alois Rainer und Uwe Kluge (BDF, Duisburg Kontor)



Am Marktstand F.J. Scheuten gab es für die gesamte Delegation neben einer leckeren Kostprobe auch ein Erinnerungsfoto.