

Pressemitteilung

Aktuelle Studie zur Absatzförderung von Produkten der deutschen Agrar- und Ernährungswirtschaft

- **Empfehlung zur Neugründung einer Fachagentur für Wettbewerbsförderung**
- **Verfassungswidrigkeit der Abgabenerhebung des Absatzfonds bringt das Gemeinschaftsmarketing für deutsche Produkte weltweit zum Erliegen**
- **Sehr gute Exportentwicklung von deutschen Nahrungsmitteln gefährdet**
- **Drohende Verluste an Marktanteilen auf den heimischen Märkten**

Gießen, 2. März 2008. Das Bundesverfassungsgericht hat in seinem Urteil vom 3. Februar 2009 festgehalten, dass die Abgabenerhebung nach dem Absatzfondsgesetz in deutschen Unternehmen der Agrar- und Ernährungswirtschaft verfassungswidrig ist. Als Folge muss die durch den Absatzfonds im Jahr 2007 zu 80% finanzierte Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft (CMA) ihr Gemeinschaftsmarketing im Binnenmarkt der Europäischen Union sowie auf den Drittlandsmärkten einstellen.

In einer Studie zu diesen aktuellen Entwicklungen der Absatzförderung bewerten die Wissenschaftler des Instituts für Agribusiness, Prof. Dr. P. Michael SCHMITZ und Dr. Joachim W. HESSE, die Folgen und zeigen einen Lösungsansatz auf. Dieser sieht die Neugründung einer Fachagentur für Wettbewerbsförderung der Agrar- und Ernährungswirtschaft als Dachorganisation aus Mitteln des Bundesministeriums für Ernährung Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) vor, mit Schwerpunkten in der Exportförderung und der Harmonisierung von Regelungen innerhalb der Europäischen Gemeinschaft. Zudem empfehlen die Autoren unter dem Dach dieser Fachagentur die Etablierung privatwirtschaftlicher Organisationen mit branchenbezogenen Marketingaktivitäten.



Ein Blick in die Länder der Europäischen Union zeigt, dass vielfach produktübergreifende Absatzförderungsinstitutionen im Agrar- und Ernährungsbereich bestehen, die auch über die europäischen Grenzen hinaus mit bis zu 100 % staatlicher Unterstützung den Absatz ihrer nationalen Produktion fördern. Zudem verfügen die Nationalstaaten über produkt-spezifische Marketingeinrichtungen in denen Produzenten, Verarbeiter und Händler von Agrarprodukten zusammen auftreten. Allein durch diese Maßnahmen nationaler Gemeinschaftswerbung und Exportunterstützung kommt die, auch auf den Exportmärkten bisher gut aufgestellte deutsche Agrar- und Ernährungswirtschaft mit einem gesamt Exportvolumen von über 50 Mrd. Euro in einen Wettbewerbsnachteil mit deutlichen Marktanteilsverlusten und Einkommenseinbußen für deutsche Landwirte, wenn nicht schnellstmöglich eine Nachfolgelösung für die in stiller Liquidation befindlichen Marketinggesellschaft gefunden wird.

Die Studie Nr. 23 „Das verfassungsrechtliche Aus des Absatzfonds – Ökonomische Bewertung und Entwurf einer Nachfolgelösung“ aus der Reihe Agribusiness-Forschung (ISSN 1434-9787) ist zum Preis von 17,- Euro zu beziehen über das Institut für Agribusiness, Senckenbergstr. 3, 35390 Gießen, Tel. 0641-9937070 oder info@agribusiness.de.