



Medien-Information

9. April 2015

Minister Meyer und Bauernverbandspräsident Schwarz präsentieren rechtzeitig zur Spargelsaison die neuen Regeln für Werbung der Direktvermarkter

Für die landwirtschaftlichen Betriebe in Schleswig-Holstein hat die Direktvermarktung eine erhebliche wirtschaftliche Bedeutung: Viele Menschen – ob Einheimische oder Touristen – schätzen es, landwirtschaftliche Produkte direkt vom Erzeuger zu beziehen. Um auf ihre Angebote besser aufmerksam machen zu können, liegt es im Interesse der Betriebe, mit Hinweisschildern an den Straßen dafür zu werben.

Bei den Werbeanlagen für die landwirtschaftliche Direktvermarktung handelt es sich um eine nichtamtliche Beschilderung, für die die Regelungen des Straßenrechts gelten. Demnach sind Werbeanlagen „am Ort der eigenen Leistung“ zulässig. Der neue Erlass legt klare Kriterien fest, um sowohl die Interessen der Direktvermarkter zu wahren als auch die Bedarfe des Straßenverkehrs zu berücksichtigen, und legt den Begriff „Ort der eigenen Leistung“ großzügig aus.

„Es ist ein gutes Signal für unsere Landwirtschaft, dass wir heute gemeinsam mit dem Bauernverband diesen neuen Erlass präsentieren“, freute sich Minister Reinhard Meyer. „Damit erfüllen wir unser Versprechen, die saisonale Aufstellung solcher Werbeanlagen im öffentlichen Raum zu erleichtern.“ Der neue Erlass sehe beispielsweise vor, dass ein Radius von drei Kilometern als „Ort der eigenen Leistung“ gelte und nicht mehr wie bisher eine Entfernung von nur 500 Metern, erläuterte Meyer. „Dies verbessert die Möglichkeiten der Direktvermarktung landwirtschaftlicher Produkte enorm und gibt auch den kleineren, häufig abgelegenen Betrieben eine bessere Chance, ihre Produkte direkt zu bewerben“, so Minister Meyer.

„Die Neureglung des nun in Kraft tretenden Erlasses hat schon einige Zeit gedauert und viele Verhandlungen gefordert, aber der Einsatz hat sich für unsere Mitglieder gelohnt“, erklärte Werner Schwarz, Präsident des Bauernverbandes Schleswig-Holstein.

„Vielen Familienbetrieben ist es in den letzten Jahren gelungen, sich mit der Direktvermarktung ein wirtschaftliches Standbein zu schaffen. Aber der Erfolg der Vermarktung von Sonderkulturen hängt von der Werbung ab. Die Kunden müssen schnell

und deutlich über den Saisonstart informiert werden und ohne Werbeschilder geht es einfach nicht. Wir hoffen, dass mit dem neuen Erlass die praktische Werbung nun einfacher und erfolgreicher sein wird“, so Werner Schwarz.