



Nordstr. 70
18107 Elmenhorst
Telefon 0381 51 053 00
Mobil 0177 35 760 35
Mail arno.reis@kabelmail.de

www.agrar-mv.de
Steuer-Nr. 079/261/09280

Innovationsarmut: Kleinbetriebsförderung der EU

EU-Agrarminister Hansen hält an der besonderen Förderung kleiner Betriebe zu Lasten der Großbetriebe fest. Wäre er für Wirtschaft zuständig, würde er wahrscheinlich auch heimische Webstühle zu Lasten von Textilfabriken fördern.

Berichte der bundesdeutschen Monopolkommission scheinen ihm unbekannt zu sein.

Professor Haucap, viele Jahre Vorsitzender der Monopolkommission, vertritt die Auffassung, daß die landwirtschaftlichen Subventionen zu erheblichen Überkapazitäten führen (was über den Inlandsbedarf hinausgeht, wird exportiert), sodaß die Preise ab Hof unter Druck stehen, was der Handel wiederum auszunutzen weiß. Die Monopolkommission stellt im Sondergutachten 84 vom November 2025 zum Wettbewerb in der Lebensmittellieferkette fest, daß die Preise im Supermarkt deutlich stärker gestiegen seien als die, die Landwirte erhalten. Die Direktzahlungen werden im Bericht negativ gesehen: „Sie tragen wesentlich zur Stabilisierung der Einkommen bei. Gleichzeitig ist zu hinterfragen, inwieweit zweckungebundene Subventionszahlungen Innovations- und Effizienzanreize setzen. Diese Zahlungen können den Status quo erhalten, ohne einen klaren Beitrag zur Kostenreduktion oder technologische Modernisierung zu leisten. In Verbindung mit der bürokratischen Belastung, insbesondere für kleinere Betriebe, kann dies zu Ineffizienzen führen.“

Haucap hält eine grundsätzliche Strukturveränderung für notwendig, da Betriebe langfristig nur mit Kostenführerschaft (Effizienz, Wettbewerbsfähigkeit) überleben können.

Letztendlich heißt das Kostenminimierung durch Größenwachstum.

Größenwachstum ist nicht die alleinige Lösung. Als Gastredner einer Bank zeigte ich 2022 beispielhaft Lösungsansätze auf, die nicht nur für Großbetriebe, sondern auch Familienbetriebe und von der Größe her suboptimale Betriebe möglich sind. So könnte EU-Agrarminister Hansen der Branche Impulse geben – und wenn es ein muß, mit finanziellen Mitteln. Einige Beispiele:

Kooperative Lösungen

Zwischenbetriebliche Verbünde / Kooperationen für Beschaffung- und Vermarktung. Diese können flexibler und kostengünstiger sein als Warengenossenschaften.

Überbetriebliche Aufgabenteilungen bei Beibehaltung der juristischen und steuerlichen Selbständigkeit. Jeder bringt die Leistung ein, die er für alle am besten von allen kann - anstatt daß jeder für sich alleine dahin wurstelt. Das wäre keine LPG-Neu.

Näher zum Verbraucher

Direktvermarktung ist eine beliebte Empfehlung. In der Regel ist sie ineffizient, denn der Kunde muß hinaus aufs Land, sozusagen ein Ausflug aufs Land. Stattdessen dahin gehen, wo die Kunden und Verbraucher sind. Das sind nun mal Verbrauchermärkte, Supermärkte, Einkaufszentren - also z.B. Shop in Shop.

Einstieg in die Verarbeitung

Nicht jeder kann einen Fleischverarbeitungsbetrieb oder eine Metzgerei, eine Brotfabrik oder Bäckerei, einen Obst- und Gemüsehandel gründen oder kaufen. Das ist nicht nur eine Frage des Kapitals, sondern auch des Know-how. Aber es gibt Möglichkeiten wie Beteiligungen oder Kooperationen, für alle ein win-win-Situation sein können. Man muß über den eigenen Horizont hinausdenken.