

## Antrag

**der Abgeordneten Wolfgang Ilte, Ernst Bahr, Tilo Braune, Dr. Eberhard Brecht, Iris Follak, Iris Gleicke, Hans-Joachim Hacker, Manfred Hampel, Christel Hanewinckel, Antje Hermenau, Stephan Hilsberg, Jelena Hoffmann (Chemnitz), Ingrid Holzhüter, Renate Jäger, Sabine Kaspereit, Dr. Hans-Hinrich Knaape, Thomas Krüger, Dr. Uwe Küster, Christine Kurzhals, Werner Labsch, Steffi Lemke, Dr. Christine Lucyga, Winfried Mante, Christoph Matschie, Markus Meckel, Herbert Meißner, Christian Müller (Zittau), Gerhard Neumann (Gotha), Albrecht Papenroth, Renate Rennebach, Dr. Edelbert Richter, Siegfried Scheffler, Dr. Emil Schnell, Gisela Schröter, Dr. Mathias Schubert, Richard Schuhmann (Delitzsch), Werner Schulz (Berlin), Ilse Schumann, Rolf Schwantz, Wieland Sorge, Jörg-Otto Spiller, Dr. Bodo Teichmann, Dr. Gerald Thalheim, Wolfgang Thierse, Siegfried Vergin, Reinhard Weis (Stendal), Gunter Weißgerber**

### **Absatzförderung für Produkte aus Ostdeutschland**

Die Umstellung des Wirtschaftssystems im Zuge der deutschen Einheit hat eine Vielzahl von ostdeutschen Unternehmen vor weitreichende Probleme gestellt. Nach dem Markteintritt von Produkten aus den alten Bundesländern auf dem Gebiet der neuen Länder und dem Wegfall der osteuropäischen Märkte ist der Absatz der ostdeutschen Industrie- und Nahrungsmittelprodukte rapide gesunken.

Zwar weisen die neuesten Wirtschaftsdaten eine positivere Bilanz als noch in den ersten Jahren nach der Wiedervereinigung aus, doch sind ostdeutsche Unternehmen nach wie vor unterproportional am Markt vertreten. Der Anteil von Nahrungsmittelprodukten aus den neuen Bundesländern im Warensortiment des deutschen Einzelhandels liegt in den alten Bundesländern unter 5 %, in den neuen Bundesländern unter 30 %. Der Deutsche Bundestag führt dieses Verhältnis zuungunsten der ostdeutschen Nahrungsmittelprodukte auf zahlreiche, verschiedenartige Nachteile der Produzenten aus den neuen Bundesländern zurück.

Der Bundestag wolle beschließen:

Der Deutsche Bundestag fordert die Bundesregierung, die Landesregierungen und den Handel auf, den ostdeutschen Unternehmen Chancengleichheit beim Markteintritt einzuräumen und den

Absatz von Nahrungsmittelprodukten aus den neuen Bundesländern über die jetzt von der Bundesregierung eingeleiteten Initiativen (wie die Veranstaltung einer Einkaufsmesse für ostdeutsche Konsumgüter) hinaus zu fordern und diese Anstrengungen auf hohem Niveau zu verstetigen.

Der Deutsche Bundestag fordert die Bundesregierung deshalb auf,

1. die Projekte der überparteilichen Arbeitsgruppe „Förderung des Absatzes von Nahrungsmittelprodukten aus den neuen Bundesländern“ nachhaltig zu unterstützen;
2. den Erhalt bestehender und die Schaffung neuer Arbeitsplätze in der Landwirtschaft sowie der Nahrungsmittel und Konsumgüter herstellenden bzw. verarbeitenden Industrie durch geeignete Fördermaßnahmen (z. B. Liquiditäts-, Investitions- und Kapitalbildungshilfen) in den neuen Bundesländern weiterhin zu unterstützen;
3. bestehende Förderprogramme wie die „Einkaufsoffensive neue Bundesländer“ fortzuführen und insbesondere für den Bereich der Nahrungsmittelprodukte und Konsumgüter finanziell abzusichern und ggf. auszubauen;
4. durch Einflußnahme auf den Einzelhandel dessen Bereitschaft einzufordern, Chancengleichheit für ostdeutsche Unternehmen auf dem Markt herzustellen, insbesondere auf das am 3. September 1996 gemeinsam mit dem Handel verabschiedete Kommuniké hinzuweisen;
5. die Bildung vertikaler Kooperationen zwischen Erzeugern, Verarbeitern, Vermarktern und Handel zugunsten von zusätzlichen Absatzchancen ostdeutscher Konsumgüterhersteller wirkungsvoll zu unterstützen;
6. den Handel zum Verzicht sog. „Listungsgelder“ zu veranlassen, da diese zu einer Wettbewerbsverzerrung zuungunsten finanzschwacher kleiner und mittlerer Unternehmen führen;
7. den Bekanntheitsgrad und den Absatz ostdeutscher Produkte im Ausland nachhaltig zu fördern und stärker auf deren hohe Qualität hinzuweisen, um damit die zum Teil immer noch bestehenden Ressentiments gegenüber diesen Produkten abzubauen;
8. Marktanalysen und Marketingkonzepte stärker zu fördern und Maßnahmen zu ergreifen, durch die Unternehmen aus den neuen Bundesländern verstärkt Unterstützung für eine Ausweitung der Produktwerbung in verschiedenen Medien und auf nationalen sowie internationalen Handels- und Präsentationsmessen erfahren;
9. gezielte Schulungsmaßnahmen für Produzenten aus den neuen Bundesländern zur Unternehmenspräsentation zu fördern;

10. beim Einkauf öffentlicher Behörden und Institutionen sowie bei Unternehmen, die sich mehrheitlich in bundeseigenem Besitz befinden, darauf hinzuweisen, verstärkt auf Produkte und Leistungen aus den neuen Ländern zurückzugreifen.

Bonn, den 25. Juni 1997

<b>Wolfgang Ilte</b>	<b>Markus Meckel</b>
<b>Ernst Bahr</b>	<b>Herbert Meißner</b>
<b>Tilo Braune</b>	<b>Christian Müller (Zittau)</b>
<b>Dr. Eberhard Brecht</b>	<b>Gerhard Neumann (Gotha)</b>
<b>Iris Follak</b>	<b>Albrecht Papenroth</b>
<b>Iris Gleicke</b>	<b>Renate Rennebach</b>
<b>Hans-Joachim Hacker</b>	<b>Dr. Edelbert Richter</b>
<b>Manfred Hampel</b>	<b>Siegfried Scheffler</b>
<b>Christel Hanewinkel</b>	<b>Dr. Emil Schnell</b>
<b>Antje Hermenau</b>	<b>Gisela Schröter</b>
<b>Stephan Hilsberg</b>	<b>Dr. Mathias Schubert</b>
<b>Jelena Hoffmann (Chemnitz)</b>	<b>Richard Schuhmann (Delitzsch)</b>
<b>Ingrid Holzhüter</b>	<b>Werner Schulz (Berlin)</b>
<b>Renate Jäger</b>	<b>Ilse Schumann</b>
<b>Sabine Kaspereit</b>	<b>Rolf Schwanitz</b>
<b>Dr. Hans-Hinrich Knaape</b>	<b>Wieland Sorge</b>
<b>Thomas Krüger</b>	<b>Jörg-Otto Spiller</b>
<b>Dr. Uwe Küster</b>	<b>Dr. Bodo Teichmann</b>
<b>Christine Kurzhals</b>	<b>Dr. Gerald Thalheim</b>
<b>Werner Labsch</b>	<b>Wolfgang Thierse</b>
<b>Steffi Lemke</b>	<b>Siegfried Vergin</b>
<b>Dr. Christine Lucyga</b>	<b>Reinhard Weis (Stendal)</b>
<b>Winfried Mante</b>	<b>Gunter Weißgerber</b>
<b>Christoph Matschie</b>	

