

## Antwort

### der Bundesregierung

**auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Frank Sitta, Dr. Gero Clemens Hocker, Carina Konrad, weiterer Abgeordneter und der Fraktion der FDP  
– Drucksache 19/22812 –**

### Verbot von Preiswerbung bei Fleischprodukten

#### Vorbemerkung der Fragesteller

Die Bundesministerin für Ernährung und Landwirtschaft Julia Klöckner kündigte am 22. August 2020 an, in der Kommunikation für Werbe- und Marketingzwecke des Einzelhandels gegenüber dem Verbraucher eine Preisangabe für Fleisch verbieten zu wollen (<https://www.merkur.de/politik/julia-kloeckner-cdu-fleisch-werbung-verbot-ministerin-preise-zr-90028525.html>). Mit dem Preiswerbeverbot solle dem gesteigerten Bewusstsein der Verbraucherinnen und Verbraucher für ethische Fragen Rechnung getragen und die dringend notwendige Wertschätzung gerade von Fleisch mit seiner Herkunft von Tieren gestärkt werden. Das Verbot solle im Rahmen des Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerb verankert werden. Einen entsprechenden Formulierungsvorschlag übermittelte die Bundesministerin für Ernährung und Landwirtschaft an die zuständige Kollegin aus dem Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV) (<https://www.topagrar.com/schwein/news/kloeckner-will-werbeverbot-fuer-fleischpreise-durchsetzen-12332875.html>).

#### Vorbemerkung der Bundesregierung

Die Frage eines Preiswerbeverbots für Fleisch wird im Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) derzeit geprüft. Es hat bislang hierzu keine Abstimmung im Ressortkreis gegeben.

1. An welcher Stelle sieht die Bundesregierung entsprechenden Spielraum, ein Preiswerbeverbot von Fleisch durchzusetzen, und welches Ressort wäre demnach federführend?

Die bisher geführten Gespräche zu einem möglichen Preiswerbeverbot für Fleisch haben ergeben, dass eine Regelung im Fleischgesetz in Betracht käme. In diesem Fall wäre das BMEL federführend.

2. Welche staatliche Instanz wäre nach Kenntnis der Bundesregierung für die Kontrolle eines solchen Werbeverbotes zuständig?

Diese Frage wird im Zusammenhang mit der Frage des grundsätzlichen Regelungsbedarfs und -umfangs eines möglichen Preiswerbeverbots und dessen Verortung geprüft werden.

3. Welche Produktkategorien würden dem Preiswerbeverbot entsprechend des Formulierungsvorschlags der Bundeslandwirtschaftsministerin unterliegen?
4. Wie groß war der Umsatz mit Produkten, die einem Preiswerbeverbot nach Vorstellung des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) unterliegen würden, nach Kenntnis der Bundesregierung in den letzten fünf Jahren in Deutschland (bitte nach Umsatz der Produktgruppe und Jahr angeben)?
5. Welche Akteure wären von einem Preiswerbeverbot entsprechend des Formulierungsvorschlags des BMEL betroffen?
6. Wie viele Produkte des durchschnittlichen Warenkorb der Bundesbürger gemäß der Zusammenstellung des Statistischen Bundesamts wären von einem Preiswerbeverbot entsprechend des Formulierungsvorschlags des BMEL betroffen?
  - a) Welchen Anteil hat die Anzahl dieser Produkte an der Gesamtzahl der Produkte im durchschnittlichen Warenkorb?
  - b) Wieviel Geld gibt jeder Bundesbürger nach Kenntnis der Bundesregierung für Produkte, für die ein Preiswerbeverbot nach den Vorschlägen des BMEL greifen würde, jährlich aus?

Die Fragen 3 bis 6b werden aufgrund des Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet.

Die fachliche Prüfung des grundsätzlichen Bedarfs und des Umfangs eines möglichen Preiswerbeverbots ist noch nicht abgeschlossen, demzufolge liegt auch kein abschließender Formulierungsvorschlag des BMEL vor.

7. Welche Ergebnisse brachte die juristische Prüfung auf ein Preiswerbeverbot für Fleisch des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft hervor, auf die sich die Bundeslandwirtschaftsministerin im Schreiben vom 13. August 2020 an ihre Amtskollegin im Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz bezieht?

Die juristische Prüfung des BMEL hat ergeben, dass ein mögliches Preiswerbeverbot für Fleisch in den Schutzbereich verschiedener Grundrechte eingreifen würde und daher einer entsprechenden Rechtfertigung bedürfte. Ferner sind unionsrechtlich die Warenverkehrsfreiheit sowie geltendes Sekundärrecht zu beachten.

8. Liegen der Bundesregierung wissenschaftliche Erkenntnisse vor, die dafür sprechen, dass sich die Wertschätzung von Fleischprodukten durch einen Verzicht auf Preiswerbung erhöht, und falls ja, welche wissenschaftlichen Erkenntnisse sind dies?
9. Liegen der Bundesregierung wissenschaftliche Erkenntnisse vor, die belegen, dass Preiswerbung für bestimmte Produktgruppen für Händler er-

folgreicher ist als für jene Produktgruppen, für die das BMEL kein Preiswerbeverbot durchsetzen möchte?

Die Fragen 8 und 9 werden aufgrund des Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet.

Der Bundesregierung liegen bisher keine entsprechenden wissenschaftlichen Erkenntnisse vor.

10. Wie definiert die Bundesregierung einen „ethisch gerechtfertigten Preis“, und welche Faktoren beeinflussen diesen Preis?
11. Wie kann ein „ethisch gerechtfertigter Preis“ nach Auffassung der Bundesregierung rechtssicher ermittelt bzw. berechnet werden?
12. Wie unterscheidet sich dieser „ethisch gerechtfertigte Preis“ nach Auffassung der Bundesregierung bei Produkten, die in anderen EU-Staaten produziert wurden, bzw. von welchen ökonomischen Faktoren sollte dieser Preis abhängen?
13. Wie hoch müsste der „ethisch gerechtfertigte Preis“ nach Auffassung der Bundesregierung für folgende Produktgruppen ausfallen (die Angabe von Preisspannen ist ausdrücklich erwünscht):
  - a) 1 Kilogramm Schweinehack, produziert nach den Kriterien des geplanten Tierwohlkennzeichengesetzes in der Haltungsstufe 1,
  - b) 1 Liter Milch, produziert nach gesetzlichen Mindeststandards,
  - c) ein konventionelles Freilandei?

Die Fragen 10 bis 13c werden aufgrund des Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet.

Die Preisbildung ist nicht Gegenstand der vom BMEL in Erwägung gezogenen Regelung. Die Regelung soll sich vielmehr lediglich auf Werbeaussagen beziehen, die den besonders günstigen Preis als Argument für den Erwerb von Fleisch verwenden. Es geht dabei darum, eine Werbung zu verhindern, die den Eindruck erweckt, der Preis sei der Parameter, auf den es bei Erwerb von Fleisch vor allem ankommt. Eine solche Werbung erscheint im Hinblick auf den besonderen Stellenwert von Fleisch als ein von Nutztieren gewonnenes Lebensmittel problematisch.

14. Liegen der Bundesregierung wissenschaftliche Erkenntnisse vor, die dafür sprechen, dass Preiswerbung die nachgefragte Menge von Produkten beeinflusst, und falls ja, welche Erkenntnisse sind dies?

Der Bundesregierung liegen bisher keine entsprechenden wissenschaftlichen Erkenntnisse vor.

15. Wie wirkt sich ein Preiswerbeverbot bei Fleischprodukten nach Auffassung der Bundesregierung auf die Lebensmittelverschwendung aus?

Der Bundesregierung liegen dazu bisher keine entsprechenden Erkenntnisse vor.

16. Wie wirkt sich ein Preiswerbeverbot bei Fleischprodukten nach Auffassung der Bundesregierung auf das Einkommen der Landwirte aus?

Die Bundesregierung liegen keine Erkenntnisse über mögliche Auswirkungen, eines Preiswerbeverbots für Fleisch auf das Einkommen der Landwirte vor.

17. Liegen der Bundesregierung wissenschaftliche Erkenntnisse vor, die für ein Preiswerbeverbot von alkoholischen Getränken wie z. B. Wein sprechen, und falls ja, welche wissenschaftlichen Erkenntnisse sind dies, und wie sähe der „ethisch gerechtfertigte Preis“ somit beispielsweise für 1 Liter in Deutschland nach Mindeststandards produzierten Wein nach Kenntnis der Bundesregierung aus?

Der Bundesregierung liegen keine entsprechenden Erkenntnisse vor.

18. Wird die Bundesregierung innerhalb der laufenden Legislaturperiode Anstrengungen unternehmen, um ein Preiswerbeverbot für Wein und andere alkoholische Produkte durchzusetzen, und falls ja, aus welchen Gründen, und falls nein, wieso nicht?

Seitens der Bundesregierung ist keine entsprechende Anstrengung vorgesehen. Zur Begründung wird auf die Antwort zu den Fragen 3 bis 7 verwiesen.