

## Anfrage

der Abgeordneten **Steinbichler**

Kolleginnen und Kollegen

an den **Bundesminister für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt- und Wasserwirtschaft**  
betreffend **„Käseland Österreich – internationale Erfolge, Vermarktung und Preise“**

Österreichische Milchprodukte gewinnen Qualitätswettbewerbe am laufenden Band, internationale Wettbewerbe wie der „World Cheese Award“ in London werden von österreichischen Produkten dominiert und die AMA-Marketing wirbt mit diesen Erfolgen.

*„Käse-Kaiser 2017: Österreich krönt seine Elite*

*Als im Jahr 1996, ein Jahr nach dem EU-Beitritt Österreichs als zum ersten Mal im Wiener Palais Ferstel die **Käsekaiser** vergeben wurden, ahnte noch niemand, welche enormen Absatzimpulse für die österreichische Käsebranche sich aus dieser Idee entwickeln würden. Die AMA-Marketing GesmbH ist die österreichische Plattform für Qualität, Absatzförderung und Kommunikation bei landwirtschaftlichen Erzeugnissen und Lebensmitteln. Sie zeichnet Spitzenleistungen in der Lebensmittelwirtschaft mit einem Gütesiegel und ihrem Biosiegel aus.*

*Zum Jubiläum boten erneut wieder die historischen Räumlichkeiten des Palais den stimmungsvollen Rahmen. Aus 191 Einreichungen gingen Sieger in zehn Kategorien hervor. Diese sind: Frischkäse, Weichkäse, Schnittkäse mild-fein, Schnittkäse g'schmackig, Schnittkäse würzig-kräftig, Hartkäse, Bio-Käse, Käsespezialitäten und -traditionen sowie Innovation. Außerdem wurde erneut wieder der beliebteste österreichische Käse in Deutschland gekrönt.“<sup>1</sup>*

Auch international feiern unsere Produkte Erfolge:

*„Vorarlberg Milch gewinnt drei Mal Silber und zwei Mal Bronze mit dem Vorarlberger Bergkäse, Ländle Klostertaler 7 Monate, Ländle Klostertaler extra reif und dem Ländle Mostkäse. Der World Cheese Awards fand am 16. November in der Kulturhauptstadt 2016 San Sebastian, Spanien statt. Aus einem Sortiment von über 2.700 Käsesorten aus 30 Ländern hatte eine Fachjury, bestehend aus über 200 Personen, die Aufgabe die besten Käsespezialitäten der Welt zu bewerten.“<sup>2</sup>*

Trotz dieser international ausgezeichneten, hohen Qualität wird österreichischer Käse mit einem durchschnittlichen Preis von € 2,50 „verramscht“.

Die unterfertigten Abgeordneten richten daher an den **Herrn Bundesminister für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt- und Wasserwirtschaft** nachstehende

## Anfrage

- 1) Welche österreichischen Käsesorten wurden in den letzten fünf Jahren in welche Länder exportiert? (Auflistung bitte nach Datum, Land, Käsesorte und jeweiliger Exportmenge.)
  - a. Wie groß war bei den Exporten der Anteil der Produkte mit AMA-Gütesiegel?

---

<sup>1</sup> <http://www.blmedien.de/moproweb/molkereie-industrie/News/Kaese-Kaiser-2017-Oesterreich-kroent-seine-Elite-328238056.html>

<sup>2</sup> <http://www.vol.at/kaese-wm-fuenf-medailen-fuer-vorarlberg-milch/5023323>

- 2) Wie stellt sich die Preisentwicklung in den letzten fünf Jahren für die unter Frage 1) gelisteten Exportmengen dar?
- Wie hoch war davon jeweils der Anteil der Erzeuger/Produzenten?
  - Wie hoch war davon jeweils der Anteil der Exporteure?
  - Wurden an die Verarbeiter Exporterstattungen bezahlt?
    - Wenn ja, wie hoch waren diese?
- 3) Haben die internationalen Erfolge und Auszeichnungen bei „Käsewettbewerben“ signifikante Verbesserungen der Exportquote nach sich gezogen?
- Falls ja, in welchem Ausmaß, für welche Sorten und in welchen Ländern?
  - Falls ja, wie hoch war jeweils der dabei durchschnittlich erzielte Preis?
  - Falls ja, wie hoch war das Gesamtvolumen der Nachfolgegeschäfte, die auf Prämierungen und Auszeichnungen zurückgeführt werden können?
  - Falls nein, welche Motive stehen hinter der Teilnahme an internationalen Wettbewerben und welche Maßnahmen werden von Seiten der AMA-Marketing gesetzt, um die Exportquoten zu verbessern?
- 4) Welche Unterstützung leistet vor Ort in den Zielländern die AMA-Marketing für den Export von österreichischem Käse?
- Gibt es eine Zusammenarbeit mit dem örtlichen Handel?
  - Gibt es spezielle Werbelinien für österreichische Produkte in den Zielländern?
- 5) Findet bei der Verleihung des „Käse-Kaisers“ der sogenannte „ökologische Fußabdruck“ Berücksichtigung?
- Falls ja, in welcher Form konkret?
  - Falls nein, warum nicht?
- 6) Warum werden auch die hochqualitativen Käsesorten trotz der „Mehrwertstrategie der AMA-Marketing“ bei den AMA-Gütesiegelprodukten (z.B. mit – 25 % am Rabattwochenende bzw. für andere Lockangebote) verwendet?



