

II-4418 der Beilagen zu den Stenographischen Protokollen
des Nationalrates XVII. Gesetzgebungsperiode

DIPL.-ING. JOSEF RIEGLER
 BUNDESMINISTER
 FÜR LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT
 ZI.16.930/53-I/10/88

WIEN, 1988 06 06
 1011, Stubenring 1

Gegenstand: Schriftl.parl.Anfr.d.Abg.z.NR.Hintermayer
 und Kollegen, Nr.1965/J vom 7.April 1988
 betreffend Direktvermarktung von Wein -
 Verwaltungsstrafverfahren

1943/AB

1988 -06- 07
 zu 1965/J

An den
 Herrn Präsidenten
 des Nationalrates
 Mag.Leopold Gratz

Parlament
 1017 Wien

Die schriftliche parlamentarische Anfrage der Abgeordneten zum Nationalrat Hintermayer und Kollegen Nr.1965/J betreffend Direktvermarktung von Wein - Verwaltungsstrafverfahren, beehe ich mich wie folgt zu beantworten:

Zu Frage 1:

Zur Frage des Weinzukaufes durch Weinbauern haben zwischen dem Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten, meinem Ressort sowie der Bundeswirtschaftskammer und der Präsidentenkonferenz der Landwirtschaftskammern Österreichs intensive Gespräche stattgefunden, bei denen jedoch bis jetzt keine Annäherung der Standpunkte erzielt werden konnte. Vom Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten wurde die Möglichkeit zugestanden, daß im Hinblick auf bestimmte produktionsbedingte Faktoren in sehr bescheidenem Ausmaß Zukäufe von Trauben, Most oder Wein (wie etwa bisher im Rahmen der Lesegutaufbesserung) toleriert werden könnten.

- 2 -

Im übrigen darf ich auf die Anfragebeantwortung des Herrn Bundesministers für wirtschaftliche Angelegenheiten verweisen.

Zu Frage 2:

Zur Förderung des Weinabsatzes wurde die Österreichische Weinmarketing-service Gesellschaft m.b.H. geschaffen, die auch durch Beratung und Hilfestellung der selbstvermarktenden Weinbauern eine wichtige Unterstützung der Absatzförderung leistet.

Dies geschieht insbesondere durch ein eigenes Schulungsprogramm für Selbstvermarkter. Innerhalb dieses Programmes wurden bisher 73 Moderatoren ausgebildet, und zwar 59 Moderatoren für die Direktvermarktung und 14 für die Bereiche Weingroßhandel und Winzergenossenschaften.

Bis Anfang Mai 1988 haben diese Moderatoren nach einer Statistik der Weinmarketingservice Gesellschaft m.b.H. 112 Veranstaltungen für insgesamt 1.912 Teilnehmer durchgeführt.

Darüber hinaus werden zur Unterstützung des Verkaufes Werbemittel zur Verfügung gestellt, als Basis dient eine Gemeinschaftswerbung der Weinmarketingservice Gesellschaft m.b.H. in den Medien. In den gegenwärtig der Öffentlichkeit präsentieren Werbesujets steht der Weinbauer im Mittelpunkt der Werbeaussagen, wodurch die Absatzform der Direktvermarktung verstärkte Unterstützung findet.

Schließlich möchte ich noch darauf hinweisen, daß dem Thema der Direktvermarktung eine Enquête "Bäuerliche Direktvermarktung - Nachfrage schafft Zukunft" gewidmet ist, welche am 14.Juni 1988 von meinem Ressort veranstaltet wird.

Der Bundesminister:

