

II-9377 der Beilagen zu den Stenographischen Protokollen
des Nationalrates XVII. Gesetzgebungsperiode

DIPL.-ING. DR. FRANZ FISCHLER
BUNDESMINISTER
FÜR LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT

Wien, 1989 12 11
1011, Stubenring 1

Z1.10.930/110-IA10/89

Gegenstand: Schriftl.parl.Anfr.d.Abg.z.NR Parnigoni und
Kollegen, Nr. 4346/J vom 12. Oktober 1989
betreffend die Förderung der Schafhaltung

An den

Herrn Präsidenten
des Nationalrates
Rudolf Pöder

Parlament

1017 W i e n

4296 IAB

1989 -12- 12

zu 4346 IJ

Die Abgeordneten zum Nationalrat Parnigoni und Kollegen haben am 12. Oktober 1989 an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage mit der Nr. 4346/J gerichtet, die folgenden Wortlaut hat:

- "1. Was spricht dagegen, das bisherige Verwertungs-, Transportkosten- und Vermarktungspauschale saisonal besser zu staffeln, um eine ganzjährige einheitliche Marktbelieferung besser sicherzustellen ?
2. Warum wurde ein bundesweites Schafzuchtkonzept noch immer nicht in die Tat umgesetzt ?
3. In welcher Weise soll das Marketing für Lammfleisch und sonstige Schafprodukte verbessert werden ?
4. In welcher Weise glauben Sie die Direktvermarktung von Lammfleisch und anderen Schafprodukten verbessern zu können ? Was wurde bisher von Seiten des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft zur Stärkung der Direktvermarktung getan ?"

-2-

Diese Anfrage beehre ich mich wie folgt zu beantworten:

Zu Frage 1:

Das Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft unterstützt seit Jahren Maßnahmen im Schafbereich in Form der Gewährung eines Verwertungspauschales und Transportkostenpauschales einschließlich der Förderung des Exportes.

Trotz der Vergabe dieser Förderungsmittel konnte die Zielsetzung - Reduzierung der Lammfleischimporte und Deckung des Bedarfes aus inländischer Produktion - nicht erreicht werden.

Ich habe daher verfügt, daß neue Richtlinien vorzubereiten sind, welche die derzeitigen Förderungsrichtlinien ersetzen sollen. Die zukünftige Förderung der Lämmer- und Schafvermarktung soll offensiver gestaltet werden. Die Gewährung von Mutterschafprämien sowie die verstärkte Förderung von Vermarktungstätigkeiten und die Förderung beim Ankauf von Zuchtschafen zur Verbesserung des Zuchtmaterials sollten es ermöglichen, unter besonderer Beachtung der Qualität die Wettbewerbsfähigkeit mit ausländischem Lammfleisch zu verbessern und die Vorzüglichkeit des inländischen, frischen Lammfleisches zu stützen.

Zu Frage 2:

Das Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft hat im Jahre 1988 in Zusammenarbeit mit Vertretern der Arbeitsgemeinschaft der Schafzuchtverbände Österreichs, der Landesschafzuchtverbände, der Landeslandwirtschaftskammern, der Präsidentenkonferenz der Landwirtschaftskammern Österreichs, der Bundesanstalt für alpenländische Landwirtschaft Gumpenstein und dem Institut für Nutztierwissenschaften der Universität für Bodenkultur ein Schafzucht- und Schafproduktionskonzept erarbeitet. Ziel dieses Konzeptes ist die Verminderung der Importe durch:

-3-

- a) die züchterische Verbesserung der Schafbestände
- b) die bedarfsdeckende Erzeugung von Qualitätslämmern
- c) die bedarfsdeckende Erzeugung von Schafmilch und Schafmilchprodukten.

Dieses Konzept wurde den für die Schafzucht verantwortlichen Organisationen in den Bundesländern zur Verfügung gestellt und stellt die Basis für die von den Schafzuchtverbänden zu erstellenden Zuchtprogramme dar.

Zu Frage 3:

Maßnahmen zur Verbesserung des Absatzes landwirtschaftlicher Produkte müssen sich grundsätzlich an Verbraucherwünschen orientieren. Es ist daher notwendig, diese Wünsche zu kennen, um die Maßnahmen entsprechend gestalten zu können. Sofern die Verbrauchererwartungen in einem Marktsegment zuwenig bekannt sind, ist deren Erhebung und Analyse zweckmäßig.

Für den erfolgreichen Absatz eines Produktes sind im wesentlichen folgende Angebotsleistungen zu erbringen: Das gewünschte Produkt muß zum richtigen Zeitpunkt, am richtigen Ort und zu einem angemessenen Preis angeboten werden.

Die Aufgabe zur Gestaltung des Angebotes an Lammfleisch und Schafprodukten einschließlich absatzfördernder Maßnahmen wie bedarfsgerechte Belieferung, Werbung (Kundeninformation durch Produktpräsentationen, Prospekte und Inserate), Verkaufsaktionen udgl. richtet sich an den jeweiligen Anbieter. Das sind einzelne Bauern, Bauern als Anbietergemeinschaft oder der Landwirtschaft nachgelagerte Unternehmen.

Damit Marketingmaßnahmen im Bereich Absatz von Lammfleisch und sonstiger Schafprodukte in ausreichendem Maße durchgeführt werden, wird vom Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft entsprechende Unterstützung angeboten. Für wichtige Investitionen können gemeinsam mit dem jeweiligen Bundesland Zu-

-4-

schüsse bis zu 50 % der Gesamtkosten gewährt werden. Ebenfalls bis zu 50 % können Marktanalysen und absatzfördernde Maßnahmen unterstützt werden.

Zu Frage 4:

Die Vermarktung von Lammfleisch und anderen Schafprodukten auf möglichst wenig Handelsstufen bringt einen höheren Erlös für die Bauern. Wie Schafbauern und deren Vertreter einvernehmlich bestätigen, sind bei Lammfleisch und Schafprodukten durch die Direktvermarktung die besten Erlöse zu erzielen im Vergleich zum Absatz über die Gastronomie oder über Handelsketten. Allerdings setzt erfolgreiche Direktvermarktung insbesondere die regionale Nähe zwischen Anbietern und Verbrauchern sowie die persönliche Einstellung des Betriebsleiters voraus.

Die Direktvermarktung bäuerlicher Produkte wie auch von Schafprodukten kann durch verschiedene Maßnahmen verbessert werden: Beratung landwirtschaftlicher Betriebe, Erstellung von Anbieterkatalogen, Errichtung von Vermittlungsstellen (Produktbörsen), Vermittlung von Kenntnissen der Produktverarbeitung, Werbung, direkte Kontakte zwischen Anbieter und potentiellen Abnehmern udgl.

Das Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft setzt zur Stärkung der Direktvermarktung folgende Aktivitäten:

- Abhaltung von Kursen zur Verarbeitung von Milch an der Bundesanstalt für Milchwirtschaft in Wolfpasing.
- Förderung der Erstellung eines Schulungs- und Beratungskonzeptes gemeinsam mit dem Land Oberösterreich und der oberösterreichischen Landwirtschaftskammer. Erste Ergebnisse in Form eines Filmes, von Diaserien und eines Beraterhandbuches werden Ende 1989 für die Beratung der Bauern zur Verfügung stehen.

-5-

- Gewährung von Investitionszuschüssen gemeinsam mit den Ländern im Ausmaß von bis zu 50 % der Gesamtkosten.
- Förderung von Marktanalysen und absatzfördernden Maßnahmen wie Werbung und Marktinformationen, Produktpräsentationen, Vermittlungsdiensten udgl. im Ausmaß von bis zu 50 % der Aufwendungen.

Der Bundesminister:

