

Elisabeth Köstinger
Bundesministerin für
Landwirtschaft, Regionen und Tourismus

Herrn
Mag. Wolfgang Sobotka
Präsident des Nationalrats
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2020-0.148.487

Ihr Zeichen: BKA - PDion (PDion)1136/J-NR/2020

Wien, 28.04.2020

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat DIⁱⁿ Karin Doppelbauer, Kolleginnen und Kollegen haben am 28.02.2020 unter der Nr. **1136/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Markenstreit AMA Marketing vs. Verein Genuss Regionen“ gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich nach den mir vorliegenden Informationen wie folgt:

Zu den Fragen 1 bis 4:

- Warum wurden die Förderungen für den Verein Genuss Region Österreich im Jahr 2016, nach 8-jähriger Fördertätigkeit, eingestellt?
- Welche Probleme oder Defizite sind bei der Verwaltung der Marke Genuss Region durch den Verein aufgetreten?
- Wie wurde dieser Sachverhalt dokumentiert?
- Wie und wann wurde dieser Sachverhalt an den Verein kommuniziert?

Der Verein Genuss Region Österreich hat weder in der Vergangenheit Förderungen erhalten noch erhält er derzeit Förderungen durch das Bundesministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus.

Der Verein Genuss Region Österreich hat gemeinsam mit den zahlreichen Genuss Regionen in ganz Österreich am Aufbau der Marke mitgewirkt. Über die vereinsinterne Gebarung liegen dem Bundesministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus keine Informationen vor.

Auf Basis der Empfehlungen des Rechnungshofes (Bund 2013/4; Bund 2018/52; Bund 2020/9) war eine Neubewertung der Tätigkeiten im Rahmen der Auswahl zur Förderung und der Frage der Verwaltung von Marken erforderlich.

Sämtliche Sachverhalte wurden aktenmäßig dokumentiert und auch vom Österreichischen Rechnungshof anlässlich seiner Prüfungen eingesehen. Die Berichte des Rechnungshofes stehen unter anderem auf dessen Homepage www.rechnungshof.gv.at öffentlich zur Einsicht zur Verfügung.

Zu den Fragen 5 und 6:

- Wann wurde die Entscheidung getroffen die Marke Genuss Region durch die AMA Marketing zu verwalten?
- Welchen wirtschaftlichen Mehrwert hat eine zentralisierte Vermarktung regionaler Produkte durch die AMA Marketing gegenüber einer unabhängigen Vermarktung durch einen Verein wie Genuss Region Österreich?

Die Marke „Genuss Region Österreich“ wurde 2005 auf die Agrarmarkt Austria Marketing GmbH (AMA-Marketing) eingetragen und steht seit diesem Zeitpunkt ununterbrochen in deren Eigentum. Der Entschluss, die Betreuung und Verwaltung der Marke wieder ausschließlich durch die AMA-Marketing selbst zu führen, fiel Ende 2017, wurde in der unmittelbar darauffolgenden Legislaturperiode bestätigt und schließlich auf Basis der Empfehlungen des Rechnungshofes, die regionalen und kulinarischen Initiativen österreichweit strategisch zu bündeln, Anfang 2019 umgesetzt.

Weder die AMA-Marketing noch der Verein Genuss Region Österreich vermarkten regionale Produkte. Die AMA-Marketing ist und war immer Eigentümerin, Lizenzgeberin und auch Bewirtschafterin der Marke „Genuss Region Österreich“.

Zu den Fragen 7 und 8:

- Wie steht die Bundesministerin bzw. das BMLRT zum Rechtsstreit zwischen der AMA Marketing GesmbH und dem Verein Genuss Region Österreich?
- Welche Schritte wurden seitens des Ministeriums gesetzt um einen Rechtsstreit zu vermeiden?

Um den Empfehlungen des Rechnungshofs betreffend den verantwortungsvollen Umgang mit Steuergeldern nachzukommen, wurden mehrmals Gespräche mit allen Betroffenen, u.a. mit dem Verein Genuss Region Österreich und der GenussRegionen Marketing GmbH geführt. Trotz des wiederholten Versuchs zu einer einvernehmlichen Lösung zu gelangen, war dies aufgrund mangelnder Bereitschaft zur Umsetzung der Empfehlungen des Rechnungshofs seitens des Vereins Genuss Region Österreich und der GenussRegionen Marketing GmbH leider erfolglos.

Zur Frage 9:

- Wie hoch sind die Kosten, die der Republik durch den Rechtsstreit um die Marke "Genuss Region Österreich" entstanden sind?

Das Bundesministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus bzw. die Republik Österreich ist nicht Partei in diesem Rechtsstreit.

Zur Frage 10:

- Wie wurden die einzelnen Vereine der Genuss Regionen in den Bundesländern informiert, dass die Genuss Region Österreich nicht mehr vom Dachverband sondern direkt von der AMA Marketing weitergeführt wird?

Die AMA-Marketing hat die einzelnen Vereine der Genuss Regionen in einem ersten Schritt postalisch informiert und ergänzend persönlich Kontakt aufgenommen. Es fanden zudem im Herbst 2019 über das Netzwerk Kulinarik in jedem Bundesland Informations-Workshop betreffend „Genuss Regionen“ statt, zu denen alle Vertreterinnen und Vertreter der Genuss Regionen eingeladen wurden und größtenteils auch teilnahmen.

Zur Frage 11:

- Welche Stellungnahmen haben diese Vereine zur Übernahme der Marke durch die AMA Marketing abgegeben? Gab es Zustimmung für diesen Schritt?

Die Marke steht und stand immer im Eigentum der AMA-Marketing. Die Übernahme der Verwaltung der Genuss Regionen durch die AMA-Marketing wurde von der Mehrheit der Genuss Regionen positiv aufgenommen.

Zur Frage 12:

- Wurden die einzelnen Vereine der Genuss Regionen in den Bundesländern informiert, dass ihre Produkte und Kontaktinformationen ab sofort auch auf der Website www.genussregionen.at der AMA Marketing GesmbH abrufbar sind?

Die Genuss Regionen wurden über die Website informiert und im Zuge dessen wurde ihr Einverständnis zur Veröffentlichung der Kontaktdaten eingeholt.

Zu den Fragen 13 bis 16:

- Wurde für die Verwaltung der Marke bei der AMA Marketing zusätzlich Personal eingestellt?
 - a. Wenn ja, wie wurde dieses ausgewählt?
- Wer hat die Leitung bzw. Verantwortung über die Marke übernommen?
- Wurde diese Stelle ausgeschrieben?
 - a. Wenn ja wo und wie?
 - b. Wenn nicht, warum nicht und aufgrund welcher rechtlicher Grundlage?
 - c. Wie viele Bewerber gab es für die Stelle?
 - d. Warum wurde diese Person ausgewählt?
- Wie hoch ist insgesamt der Personalaufwand für die Verwaltung der Marke?

Wie im Rechnungshofbericht empfohlen, wurden die Genuss Regionen in die Gesamtstrategie Kulinarik Österreich miteinbezogen und die Verwaltung der Marke daher wieder gänzlich von der Abteilung „Kulinarik“, die zur Erfüllung des Projektauftrags als „Netzwerkstelle Kulinarik“ eingerichtet wurde, übernommen. Die Verantwortung für die Marke, deren Verwaltung sowie die damit zusammenhängende Personalarbeit hat die Markeneigentümerin AMA Marketing.

Elisabeth Köstinger

