

Elisabeth Köstinger
Bundesministerin für
Landwirtschaft, Regionen und Tourismus

Herrn
Mag. Wolfgang Sobotka
Präsident des Nationalrats
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2021-0.077.272

Ihr Zeichen: BKA - PDion
(PDion)5194/J-NR/2021

Wien, 29. März 2021

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat DIⁱⁿ Karin Doppelbauer, Kolleginnen und Kollegen haben am 29.01.2021 unter der Nr. **5194/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „AMA Agrarmarketingbeitrag Getreide“ gerichtet.

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

Zu den Fragen 1 und 2:

- Ist eine Ausweitung des Agrarmarketingbeitrags auf Getreide, gemäß AMA-Gesetz 1992 geplant?
 - a. Wenn ja, wann wurde die Entscheidung im AMA Verwaltungsrat getroffen?
 - b. Wenn ja, welche Expert_innen und Interessensvertretungen wurden in die Entscheidungsfindung eingebunden?
 - c. Wenn ja, wann und wie werden die betroffenen Landwirt_innen darüber informiert?
 - d. Wenn ja, ab welchem Zeitpunkt und in welcher Höhe wird dieser Beitrag eingehoben?
 - e. Wenn ja, aus welchen Gründen ist eine Erhebung des Agrarmarketingbeitrags für Getreide zu diesem Zeitpunkt erforderlich?

- f. Wenn ja, welche Umstände haben sich geändert, sodass die Erhebung eines Agrarmarketingbeitrags auf Getreide nun notwendig erscheint?
- g. Wenn nein, gibt es Verhandlungen oder Gespräche im AMA Verwaltungsrat, in dem das BMLRT gemäß § 25 AMA Gesetz ein Aufsichtsrecht ausübt, die eine Ausweitung des Agrarmarketingbeitrags auf Getreide andenken?
- h. Wenn nein, welche Gründe sprechen aus Sicht des Bundesministeriums für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus gegen bzw. für eine Ausweitung des Agrarmarketingbeitrags auf Getreide?
- Mit Einnahmen in welcher Höhe rechnet das BMLRT im Fall der Erhebung eines Agrarmarketingbeitrags auf Getreide? (bitte um Angaben in €)
 - a. Wie ist geplant, die Einnahmen aus dem Agrarmarketingbeitrag auf Getreide einzusetzen?
 - b. Welche Werbemaßnahmen sind angedacht, um den Absatz von Getreide zu stärken? (Bitte um Auflistung nach Werbekanälen)

Die Förderung des Agrarmarketings sowie die Maßnahmen zur Qualitätssteigerung sind gemäß § 3 Abs. 1 AMA-Gesetz Aufgaben im eigenen Wirkungsbereich der Agrarmarkt Austria. Damit unterliegen diese Bereiche nicht dem Weisungsrecht gemäß § 27 AMA-Gesetz durch die Bundesministerin für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus. Gemäß § 25 AMA-Gesetz beschränkt sich das Aufsichtsrecht des Bundes im Verwaltungsrat auf ein Auskunftsrecht; ein Anordnungsrecht ist damit nicht verbunden.

Es obliegt dem Verwaltungsrat der Agrarmarkt Austria für die in § 21d Abs. 2 AMA-Gesetz genannten Produkte konkrete Beitragssätze unter Bedachtnahme auf die Marktlage der jeweiligen Erzeugnisse sowie die Notwendigkeit und Zweckmäßigkeit der Durchführung von Marketingmaßnahmen und unter Rücksichtnahme auf die Absatzentwicklung und Erlössituation inländischer Erzeugnisse festzusetzen. Eine diesbezügliche Entscheidung des Verwaltungsrats liegt zum Beantwortungszeitpunkt nicht vor.

Zu den Fragen 3 bis 7:

- Gemäß AMA Gesetz 1997 §21 a Abs. 1 Z 1 wird der Agrarmarketingbeitrag zur "Förderung und Sicherung des Absatzes von land- und forstwirtschaftlichen Erzeugnissen und daraus hergestellten Erzeugnissen" erhoben.
 - a. Wie wurde der Absatz von Getreide und daraus hergestellten Erzeugnissen bisher, ohne Erhebung eines Agrarmarketingbeitrags auf Getreide, gefördert?
 - b. Welche Maßnahmen zur Förderung und Sicherung des Absatzes von Getreide und daraus hergestellten Erzeugnissen werden im Falle eines Agrarmarketingbeitrags auf Getreide zusätzlich gesetzt?

- Gemäß AMA Gesetz 1997 §21a Abs. 1 Z 2 wird der Agrarmarketingbeitrag zur "Erschließung und Pflege von Märkten für diese Erzeugnisse im In- und Ausland" erhoben.
 - a. Wie wurden Märkte für Getreide im In- und Ausland bisher, ohne Erhebung eines Agrarmarketingbeitrags auf Getreide, erschlossen?
 - b. Welche Maßnahmen zur Erschließung und Pflege von Märkten für Getreide im In- und Ausland werden im Falle eines Agrarmarketingbeitrags auf Getreide zusätzlich gesetzt?
- Gemäß AMA Gesetz 1997 §21a Abs. 1 Z 3 wird der Agrarmarketingbeitrag zur "Verbesserung des Vertriebs dieser Erzeugnisse" erhoben.
 - a. Wie schätzt das BMLRT den Vertrieb von Getreide bisher, ohne Erhebung eines Agrarmarketingbeitrags auf Getreide, ein?
 - b. Welche Maßnahmen zur Verbesserung des Vertriebs von Getreide werden im Falle eines Agrarmarketingbeitrags auf Getreide zusätzlich gesetzt?
- Gemäß AMA Gesetz 1997 §21a Abs. 1 Z 4 wird der Agrarmarketingbeitrag zur "Förderung von allgemeinen Maßnahmen zur Qualitätsverbesserung und –sicherung bezüglich dieser Erzeugnisse (...) sowie zur Vermittlung von für die Verbraucher relevanten Informationen hinsichtlich Qualität, Aspekte des Verbraucherschutzes und des Wohlergehens der Tiere sowie sonstiger Produkteigenschaften dieser Erzeugnisse" erhoben.
 - a. Wie wurde die Qualität von Getreide bisher, ohne Erhebung eines Agrarmarketingbeitrags auf Getreide, gesichert bzw. verbessert?
 - b. Wie wurden Informationen hinsichtlich Qualität, Aspekte des Verbraucherschutzes sowie sonstiger Produkteigenschaften von Getreide bisher, ohne Erhebung eines Agrarmarketingbeitrags auf Getreide, gefördert?
 - c. Welche Maßnahmen zur Qualitätsverbesserung und -sicherung von Getreide werden im Falle eines Agrarmarketingbeitrags auf Getreide zusätzlich gesetzt?
 - d. Welche Maßnahmen zur Vermittlung von für den Verbraucher relevanten Informationen hinsichtlich Qualität, Aspekte des Verbraucherschutzes sowie sonstiger Produkteigenschaften von Getreide werden im Falle eines Agrarmarketingbeitrags auf Getreide zusätzlich gesetzt?
- Gemäß AMA Gesetz 1997 §21a Abs. 1 Z 5 wird der Agrarmarketingbeitrag zur "Förderung sonstiger Marketingmaßnahmen" erhoben.
 - a. Welche sonstigen Marketingmaßnahmen wurden bisher, ohne Erhebung eines Agrarmarketingbeitrags auf Getreide, gesetzt?
 - b. Welche sonstigen Marketingmaßnahmen von Getreide werden im Falle eines Agrarmarketingbeitrags auf Getreide zusätzlich gesetzt?

Mangels Finanzierungsgrundlage wurden bislang keine derartigen Marketingmaßnahmen durchgeführt.

Marktteilnehmerinnen und -teilnehmer, deren Produkte nicht Agrarmarketingbeitragspflichtig sind, auf die aber die einschlägigen Voraussetzungen zutreffen, steht eine Teilnahme an der Richtlinie Be- und Verarbeitungsprodukte sowie an der AMA-Biosiegel-Richtlinie offen. In diesen Fällen erfolgt die Finanzierung über Lizenzgebühren der Teilnehmerinnen und Teilnehmer.

Die Vermarktung des marktgängigen Getreides erfolgt in Österreich größtenteils durch Agrarhandel und landwirtschaftliche Genossenschaften. Gerade im EU-Binnenmarkt besteht eine Nachfrage nach österreichischem Getreide, speziell nach Premium- und Qualitätsweizen.

Elisabeth Köstinger

