

19.33

Abgeordneter Peter Schmiedlechner (FPÖ): Vorweg darf ich dem Bauernbund heute noch gratulieren (*Rufe bei der ÖVP: Danke!*) zu den am Mittwoch stattgefundenen Protesten. Es ist wirklich verwunderlich, dass kurz vor der Kammerwahl auch der Bauernbund einmal munter wird und damit eindrucksvoll seine Scheinheiligkeit bewiesen hat. (*Abg. Scherak: Oje! – Zwischenruf bei der ÖVP.*) Immerhin hat der Bauernbund ohne Wimpernzucken für die Abschaffung der Milchquote, die Abschaffung der Mutterkuhprämie, die Abschaffung der Dieselerückvergütung, die Abschaffung der Rübenquote, die Einheitswerterhöhungen, das Auslaufen der Anbindehaltung sowie das Verbot von Pflanzenschutzmitteln ohne passenden Ersatz, die Bioweideverordnung und verstärkte Umwelt- und Tierschutzaufgaben gestimmt. (*Beifall bei der FPÖ.*)

Die ÖVP hätte es in der Hand, die ÖVP hätte es immer in der Hand gehabt, die Rahmenbedingungen zu ändern (*Abg. Prinz: ... Glyphosat!*), und es ist ein eigenartiger Versuch, da dem Handel die alleinige Schuld für die Untätigkeit, für die eigene Untätigkeit, zuzuweisen.

Nun aber zur AMA und zur AMA-Marketing, ihrer 100-prozentigen Tochter. Für jene, die die AMA nicht kennen: Die AMA ist die Kontrollstelle und ist für unnötige Bürokratie für die Bauern verantwortlich. Ihre Aufgabe wäre es, landwirtschaftliche Produkte zu bewerben. Das macht sie einerseits mit den AMA-Gütesiegeln, auf der anderen Seite mit Werbung, Inseraten und anderen Marketingaktivitäten.

Die AMA-Marketing finanziert sich größtenteils durch Bauernhand: 19,3 Millionen Euro kommen von den Bauern, 1,3 Millionen Euro aus EU-Mitteln, 3,8 Millionen Euro sind sonstige Einnahmen.

Eine Eigenart ist auch, dass die Produzenten, die Bauern, der verarbeitenden Industrie und dem Handel die Werbung bezahlen. Die bisherigen Erfahrungen zeigen, dass eine echte parlamentarische Kontrolle der AMA sowie deren Tochtergesellschaft, der AMA-Marketing, dringend notwendig ist – nicht nur die Probleme rund um die Futterflächenfeststellung auf Almen zeigten das sehr deutlich.

Die Rechnungshofberichte machen immer wieder viele Mängel deutlich und verlangen mehr Transparenz. Die letzte Rechnungshofsonderprüfung der AMA-Marketing GmbH offenbarte eine Fülle von Unregelmäßigkeiten und Interessenkonflikten bei Vergaben und anderem. Auch die Vergabe von Inseraten und Unterstützungen an Vereine und Parteimedien benötigt eine wirksame und laufende parlamentarische Kontrolle. Es besteht Handlungsbedarf.

Die parlamentarische Kontrolle der AMA-Marketing müsste für uns alle selbstverständlich sein. Unser Antrag auf Gesetzesänderung betrifft das Kontrollgremium der AMA. Um eine demokratische Zusammensetzung zu erreichen, sollten wir unbedingt alle im Nationalrat vertretenen Parteien einbinden. Derzeit schaut es so aus, dass dieses Gremium ausschließlich von ÖVP und SPÖ besetzt wird – und das über den Umweg der Sozialpartner. Das heißt, von fünf im Nationalrat vertretenen Parteien können lediglich zwei Parteien der AMA auf die Finger schauen und die dortigen Praktiken kontrollieren.

Transparenz sollte uns allen wichtig sein. (Abg. **Leichtfried**: Redezeit!) Wir hoffen, dass wir mit diesem Antrag die AMA und die AMA-Marketing unter parlamentarische Kontrolle bringen können. Ich bitte und fordere alle hier vertretenen Parteien auf, das zu unterstützen, um für mehr Transparenz zu sorgen. – Danke. (Beifall bei der FPÖ.)

19.37