

1945/AB XX.GP

Gegenstand: Schriftl.parl.Anfr.d.Abg.z.NR Wabl, Petrovic,
Freundinnen und Freunde vom 12 . Februar 1997 ,
Nr. 1934/J, betreffend Kontrollzeichendschungel
rund um das AMA-Gütesiegel

Auf die - aus Gründen der besseren Übersichtlichkeit in Kopie bei-
geschlossene - schriftliche Anfrage der Abgeordneten Wabl, Petro-
vic , Freundinnen und Freunde vom 12 . Februar 1997 , Nr . 1934/J , be-
treffend Kontrollzeichendschungel rund um das AMA-Gütesiegel , be-
ehre ich mich folgendes mitzuteilen:

Zu den Fragen 1 und 2:

Es gibt kein Verwirrspiel um das AMA-Herkunfts- und Gütezeichen.
Der markenrechtliche Inhaber der rot-weiß-roten Balken des AMA-
Gütezeichens ist die Österreich-Werbung. Wegen der schon bestehen-
den Bekanntheit und der intensiven Bewerbung hat sich die AMA 1994

entschlossen, aus Synergiegründen dieses Symbol als Herkunftszeichen in ihr Gütezeichen zu integrieren. Das AMA-Herkunfts- und Gütezeichen wurde seit seiner Einführung in der Öffentlichkeit durch die AMA entsprechend vorgestellt und beworben. Aktuelle Marktforschungen beweisen den außerordentlich hohen Bekanntheitsgrad des AMA-Zeichens. Die AMA trägt nicht zur Verwirrung durch Werbe-Inserate bei, wie von Ihnen dargestellt, sondern hält sich bei EU-cofinanzierter Werbung an die diesbezüglichen Rechtsvorschriften der EU.

Zu Frage 3:

Gemäß "Verordnung (EWG) Nr. 2067/92 des Rates vom 30. Juni 1992 über Maßnahmen zur Förderung des Absatzes und des Verbrauchs von hochwertigem Rindfleisch", Artikel 2, welche die Grundlage für die von Ihnen zitierte Verordnung der EU-Kommission Nr. 1318/93 darstellt, dürfen die Aktionen und Programme zur Absatz- und Verbrauchsförderung weder auf bestimmte Handelsmarken gerichtet sein noch die Erzeugnisse aus einem bestimmten Mitgliedstaat begünstigen. Daher wurde das Wort "Austria" in dem für diese Bewerbung verwendeten Gütezeichen weggelassen.

Zu Frage 4:

Der in Ihrer Anfrage zitierte Text ist eine typische werbliche Aussage und wurde auf seine Vereinbarkeit mit dem österreichischen Wettbewerbsrecht geprüft. Er ist auch als Hinweis zu verstehen, daß all jene Produkte, die mit dem Herkunfts- und Gütezeichen für Lebensmittel der Agrarmarkt Austria Marketing Ges. m. b. H. gekennzeichnet und angeboten werden, die an sie gestellten Anforderungen erfüllen.

Zu Frage 5:

Das AMA-Gütezeichen wird von über 200 heimischen Firmen eingesetzt und ist auf über 1.000 Produkten zu finden sowie auf verschiedensten Produkten in allen großen österreichischen Handelsketten anzutreffen. Die "Spar" verwendet das Gütezeichen auch für Frischfleisch. Daneben wird es von den "Maxi" -Märkten in OÖ, von "Magnet"-Märkten (nur Rindfleisch) und von zahlreichen gewerblichen Fleischern verwendet. Nach Auskunft der Agrarmarkt Austria Marketing Ges. m. b. H. steht ein Abschluß mit einer zweiten großen Handelskette bevor.