

1934/J XX.GP

der Abgeordneten Wabl, Petrovic, Freundinnen und Freunde
an den Bundesminister für Land- und Forstwirtschaft

betreffend Kontrollzeichenschungel rund um das AMA-Gütesiegel

Rund um das AMA-Gütesiegel gibt es einen Dschungel an Kontrollzeichen, der zu einiger Verwirrung bei den KonsumentInnen führt. Immer mehr Unternehmen im agrarischen Bereich ahmen das Original-Gütesiegel (die zwei dicken, roten senkrechten Streifen) nach und drucken sie auf ihre Verpackungen - ohne Marke und ohne Kontrollnummer. Auch die Fremdenverkehrswirtschaft wirbt mit den beiden roten Balken um Touristen. Das Gütesiegel AMA wird dadurch zu einem Allerweltszeichen.

Aber auch die AMA selbst sorgt für einige Verwirrung. In einem Inserat der Sonntagsbeilage der 'Krone', vom 20. Oktober 1996 war das Oval über dem Balken leer, d.h. das typische "Austria" in der Mitte fehlte. In der rechten unteren Ecke stand zu lesen:

'Finanziert mit Unterstützung der Europäischen Gemeinschaft VO 1318/93.'. Die unterfertigten Abgeordneten stellen daher folgende

ANFRAGE:

1. Was werden Sie unternehmen, damit dieses Verwirrspiel rund um das AMA-Gütesiegel beendet wird?
2. Wie ist es zu erklären, daß auch die AMA selbst durch Werbe-Inserate zur Verwirrung beiträgt?
3. Wird das "Austria," in der Mitte des Siegels deswegen weggelassen, um in den Genuß der EU-Förderung zu kommen? Wenn ja, welchen Sinn macht das AMA-Gütezeichen ohne 'Austria,' bzw. wie läuft sich die dadurch ausgelöste Verwirrung marketing-strategisch rechtfertigen?
4. Mit der AMA-Werbung 'Fröhliche Sennerinnen und glückliche Kühe? Das Gütezeichen. sagt mehr aus, es ist der Beweis für frische Milch aus Österreich. . . " wird den KonsumentInnen suggeriert, daß die AMA-Produkte von "fröhlichen Sennerinnen und glücklichen Kühen" stammen. Inwiefern wird dieses Versprechen eingelöst?
5. Bei welchen großen Handelsketten - außer- bei SPAR - konnte das AMA-Gütesiegel etabliert werden?