

XXIV. GP.-NR

10125 /J

12. Dez. 2011

ANFRAGE

des Abgeordneten Jannach
und weiterer Abgeordneter

an den Bundesminister für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft
betreffend **Initiative „Unternehmen Landwirtschaft 2020“**

Die Bauernzeitung vom 09.04.2010 berichtet über den Start des neu gegründeten Projekts „Unternehmen Landwirtschaft 2020“ wie folgt:

Landwirtschaftsminister Niki Berlakovich startete heute, Freitag, in Wien die Initiative "Unternehmen Landwirtschaft 2020". Ziel dieser Initiative ist die Erarbeitung und Festlegung einer österreichischen Strategie, die eine flächendeckende landwirtschaftliche Produktion für die nächsten zehn Jahren [sic] absichern soll. Die Konzepte dazu werden in insgesamt acht Arbeitsgruppen erarbeitet. Erste Zwischenergebnisse dieser Arbeitsgruppen sollen bereits Ende August im Rahmen der diesjährigen Welser Messe präsentiert werden, ein Endergebnis wird es nach Angaben des Ministers Ende 2011 geben.

Weiters wirbt die Bauernzeitung am 27.05.2010 mit folgendem Bericht:

Landwirtschafts- und Umweltminister Niki Berlakovich hat mit seiner Initiative „Unternehmen Landwirtschaft 2020“ gewissermaßen die Weichen für die Neugestaltung der Land- und Forstwirtschaft in Österreich gestellt. Vorrangig geht es dabei darum, die Wettbewerbsfähigkeit der österreichischen Land- und Forstwirtschaft zu stärken, die Versorgung der Bevölkerung mit gesunden Lebensmitteln zu gewährleisten und den Beitrag der Landwirtschaft zur Produktion von erneuerbarer Energie zu erhöhen. Dieser „Masterplan für Österreichs Bauern für die nächsten zehn Jahre ist in acht Module gegliedert:

- *Bussinesplan [sic]- Bildungsplan (siehe BauernZeitung Nr. 20/2010) • Zukunft der Gemeinsamen EU – Agrarpolitik (GAP) • Lebensmittel • Verwaltungsvereinfachung • Neue Produktionsfelder • Qualitätspartnerschaft Wertschöpfung • Ländliche Entwicklung LE 2014 bis 2020 • Ideenwerkstatt Zukunftsfeld Bauernhof*

Laut Tätigkeitsbericht 2010 der AMA Marketing GmbH. werden unter dem Punkt „Marketingstrategien 2010“ – Marktstrategie folgende Ziele der AMA Marketing GmbH. beschrieben:

- *Aufspüren von Marktpotentialen, Aufbereitung von Marktsegmenten und Marktnischen*
- *Strategische Allianzen mit dem Lebensmittelhandel*
- *Information des Binnenmarkts über Qualität und typische österreichische Agrarprodukte*
- *Kontinuierlicher Ausbau der Position heimischer Produkte im europäischen LEH*
- *Stimulierung des Wachstums der Frische märkte / Frischeoffensive für Milch, Fleisch, Obst, Gemüse etc.*

Im Imagefolder der AMA (ersichtlich auf der Homepage) wird die Zusammengehörigkeit der Institutionen wie folgt erklärt:

Die Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH (kurz AMA Marketing) wurde im Zuge des EU-Beitritts Österreichs mit der Förderung des Agrarmarketings in unserem Land betraut. Die AMA Marketing GesmbH ist eine 100%ige Tochter der Marktordnungsstelle AMA, einer juristischen Person öffentlichen Rechts.

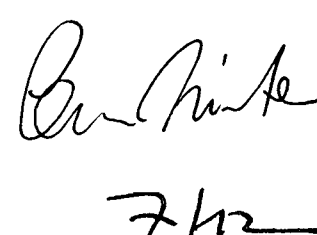
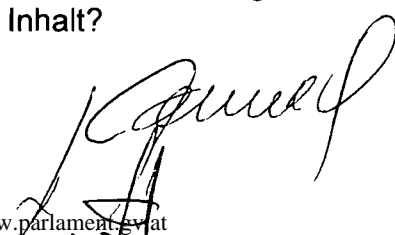
*Die Aufgabe des Agrarmarketings wird von der Tochterorganisation, der Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH, wahrgenommen.
Die AMA untersteht der Aufsicht des Bundesministers für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft.*

Aufgrund der beschriebenen Arbeitsfelder, welche der AMA bei der Gründung der Gesellschaft in Auftrag gegeben wurden, erhebt sich der Verdacht, dass für ein- und dieselben Aufgabengebiete mehrere ÖVP-nahe Einrichtungen beauftragt sind.

In diesem Zusammenhang richten die unterzeichnenden Abgeordneten an den Bundesminister für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft folgende

Anfrage

1. Welche Kosten fielen in Summe für das Landwirtschaftsministerium in Bezug auf das Projekt „Unternehmen Landwirtschaft 2020“ an?
2. Wie hoch waren bzw. sind die Kosten Ihres Ministeriums für die Einschaltungsserie in der Bauernzeitung zum Projekt „Unternehmen Landwirtschaft 2020“?
3. Wurden auch in anderen Medien Inserate über die erwähnte Initiative geschaltet?
4. Wenn ja, in welchen, und wie hoch waren bzw. sind die Kosten?
5. Wie hoch waren bzw. sind die Kosten für alle Mitarbeiter, die mit dem Projekt beschäftigt sind?
6. Gab bzw. gibt es andere Marketingmaßnahmen bezogen auf das Projekt „Unternehmen Landwirtschaft 2020“? (Veranstaltungen, Aussendungen, Folder, Werbematerial – zb. Kugelschreiber, oder ähnliches)
7. Wenn ja, welche waren bzw. sind das, und wie hoch waren bzw. sind die Kosten dafür?
8. Wurden auch Gelder aus dem Programm „Ländliche Entwicklung 07-13“, oder andere Agrarförderungen für das Projekt verwendet?
9. Warum werden die beschriebenen Module „ausgegliedert“, und nicht von der AMA Marketing GmbH. organisiert?
10. Welche (nachhaltigen) Erfolge kann das Projekt „Unternehmen Landwirtschaft 2020“ nach bald 2 Jahren Laufzeit verbuchen?
11. Laut Ihren Angaben wird für Ende 2011 das Endergebnis erwartet – wann wird dieses publiziert, und was ist der Inhalt?



7/12