

Mag. Norbert Totschnig, MSc
Bundesminister für Land- und Forstwirtschaft,
Regionen und Wasserwirtschaft

Herrn
Mag. Wolfgang Sobotka
Präsident des Nationalrats
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2022-0.878.195

Ihr Zeichen: BKA - PDion
(PDion)13209/J-NR/2022

Wien, 6. Februar 2023

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Abgeordneten zum Nationalrat Mag.^a Julia Seidl, Kolleginnen und Kollegen haben am 06.12.2022 unter der Nr. **13209/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Endlich Klarheit schaffen beim Thema Kulinarik!“ gerichtet.

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

Zur Frage 1:

- Zur AGRARMARKT AUSTRIA MARKETING GESMBH:
 - a. Welche Vereine, oder juristische Personen aller Art stehen der „Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH“ nahe?
 - b. An welchen davon ist die AMA und/oder die AMA Marketing GmbH beteiligt bzw. in welchem Verhältnis stehen diese zur „Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH“? (Bei finanziellen Beteiligungen bitte um konkrete Angabe der Beteiligungshöhe in €)
 - c. Auf welchen Plattformen (Print-Medien, Social Media, oder Ähnliches) haben 1) die „Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH und 2) die „Österreich Werbung“ Inserate in welcher Höhe geschaltet? (Bitte um Auflistung der letzten fünf Jahre)

- d. Auf welche Plattformen (Print-Medien, Social Media, oder Ähnliches) treffen 1) und 2) gemeinsam zu?
- e. Was waren hierbei die Begründungen für die Inseraten-Schaltungen?
 - i. Welche Themenbereiche wurden mit diesen Inseraten abgedeckt?
 - 1. Falls GEGEBEN: Wie beurteilt das Ministerium die Höhe der Inserate auf den genannten Plattformen?
- f. Wie aus (1172/AB) hervorgeht, ist es nicht zu einer einvernehmlichen Lösung beim Markenstreit der "GENUSSREGION" zwischen der "Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH" und dem "Verein Genuss Region Österreich" gekommen.
 - i. Was ist der aktuelle Stand des Ministeriums zu diesem Rechtsstreit?
 - ii. Gibt es seit der Anfrage-Beantwortung neue Erkenntnisse?
 - iii. Hat sich seit der Anfrage-Beantwortung die Parteistellung verändert?
 - iv. Wie hoch belaufen sich die Kosten für den gesamten Rechtsstreit bisher?
 - v. Wer ist für diese Kosten aufgekommen?
- g. Welche Kosten sind für die Registrierung der Marke AMA GENUSS REGION entstanden? (Markenschutz und Anwaltskosten)
 - i. Wer ist für diese Kosten aufgekommen?
- h. Im Regierungsprogramm der Bundesregierung ist auf Seite 109 von einer "Evaluierung des AMA-Marketings" die Rede. In der Beantwortung der Anfrage (1173/AB vom 28.04.2020) war nicht klar, was bei dieser Evaluierung festgehalten worden ist.
 - i. Gibt es hier Neuigkeiten über den Status der Evaluierung des AMA-Marketings?
 - ii. Gibt es Ergebnisse der Evaluierung?
 - iii. Falls NEIN: Wann rechnet man seitens des Ministeriums mit einem Ergebnis und was sind die Faktoren dafür, dass noch kein Ergebnis vorliegt?

Mit Verweis auf Art. 52 B-VG darf festgehalten werden, dass der überwiegende Teil der Fragen in den Verantwortungsbereich der Agrarmarkt Austria Marketing GmbH (AMA Marketing GmbH) fällt und damit nicht vom Interpellationsrecht umfasst ist.

Das Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Regionen und Wasserwirtschaft ist in dem - in der Fragestellung erwähnten - Rechtsstreit nicht Verfahrenspartei und verfügt somit auch über keine Detailkenntnisse.

Im Hinblick auf die Evaluierung der „AMA Marketing“ wird festgehalten, dass das Gütesiegel AMA GENUSS REGION ein Ergebnis derselben ist. Darüber hinaus wurde mit

der jüngsten Novellierung des AMA-Gesetzes (siehe BGBl. I Nr. 209/2022) die Basis für die Erweiterung der Agrarmarketing-Aktivitäten geschaffen.

In Bezug auf die Fragen 1c bis 1e wird auf die Beantwortung der gleichlautenden parlamentarischen Anfrage Nr. 13206/J vom 6. Dezember 2022 durch das Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft verwiesen.

Zur Frage 2:

- Zur AMA GENUSS REGION:
 - a. Wann, durch wen und warum wurde die "AMA GENUSS REGION" ins Leben gerufen?
 - b. Wie hoch sind die Kosten, die seit der Gründung für die "AMA GENUSS REGION" entstanden sind?
 - c. Wie hoch sind die Kosten für die Kampagne "Genussreise durch Österreich" bis zum heutigen Tage? (Bitte um Aufschlüsselung nach Jahren seit Beginn der Kampagne)
 - d. Wie lassen sich diese Kosten unterteilen?
 - e. Sind die Genussreisen durch Österreich ein Teil der Kampagne "Land der behutsamen Veredelung"?
 - f. Wie hoch war der von der "Österreich Werbung" dafür bereitgestellte Betrag?
 - g. Wie hoch war der Betrag der durch zusätzliche Geldgeber (Betriebe, Bundesländer, Vereine, TVBs etc.) zur Verfügung gestellt wurde? (Bitte um detaillierte Auflistung.)
 - h. Welche anderen Kampagnen im Rahmen der AMA GENUSS REGION haben in den letzten drei Jahren stattgefunden und wie unterteilen sich die Kosten?
 - i. Gab es bisher zwischen "AMA GENUSS REGION" und "Österreich Werbung" Kooperationen?
 - i. Falls JA: Welche Kooperationen fanden bisher statt? Welche laufen im Moment? Welche sind in Zukunft geplant?
 - ii. Wie lautet deren Inhalt bzw. um welche Art der Kooperation handelt es sich konkret?
 - iii. Waren/Sind finanzielle Zahlungen Teil der Kooperation(en) und falls ja, in welcher Höhe?
 - j. Wie kam es zu der Errichtung des „AMA GENUSS REGION ONLINESHOP“ (<https://myproduct.at/genussregionen>)?
 - k. Was kostet die Nutzung und die Shop-in-Shop Lösung auf dieser Online-Shop Plattform?
 - l. Wer kommt für die Kosten auf? Die Betriebe, die Produkte einstellen oder die AMA GENUSS REGION?

- m. Wie hoch ist der jährliche Umsatz, der über diese Plattform generiert wird, seit es dort den AMA GENUSS REGION SHOP gibt?
- n. Wo wurde um wie viel dieser Online-Shop beworben?
- o. Wie viele Betriebe nutzen dieses Shop Angebot und stellten ihre Produkte dort zum Verkauf ein?

Im Rahmen des Projektauftrags „Vernetzungsstelle für kulinarische Initiativen“ (Vernetzungsstelle) wurde die Strategie Kulinarik Österreich erarbeitet, die den Zweck des Aufbaus eines staatlich anerkannten durchgängigen Qualitäts- und Herkunftssicherungssystems entlang der Lebensmittelkette als Basis aller Aktivitäten hatte. Im Zuge des gesetzlichen Auftrags der AMA Marketing GesmbH wurden daraufhin im Rahmen des AMA-Gütesiegels drei weitere Richtlinien für die Direktvermarktung, Lebensmittelmanufakturen und die Gastronomie gemeinsam mit Expertinnen und Experten der entsprechenden Sektoren, der Wirtschaftskammer sowie der Landwirtschaftskammer erarbeitet.

Als Ergänzung zum AMA-Gütesiegel und dem AMA-Bio-Siegel (Produktzertifizierungen) garantiert nun auch das neue Gütesiegel AMA GENUSS REGION (Betriebszertifizierungen) geprüfte Qualität und Regionalität entlang der Lebensmittelkette. Bäuerliche Direktvermarktungsbetriebe, Lebensmittelmanufakturen und Gastronomiebetriebe können auf freiwilliger Basis als Lizenznehmer in das AMA GENUSS REGION System einsteigen und als zertifizierte Betriebe das Logo AMA GENUSS REGION verwenden.

Die Information, ob und in welcher Höhe Kosten bei der Erarbeitung der Richtlinien entstanden sind, unterliegt nicht dem Interpellationsrecht, sondern liegt im Verantwortungsbereich der AMA Marketing GmbH im Rahmen ihres gesetzlichen Auftrags.

Die Österreich Werbung und das Netzwerk Kulinarik stellten im Jahr 2022 mit der Marke AMA GENUSS REGION in einer gemeinsamen Kommunikationsoffensive mit dem Claim der Österreich Werbung „Erlebe Österreich. Genieße Einzigartiges.“ sowie dem Claim des Netzwerks Kulinarik „Erlebe AMA GENUSS REGION. Genieße Einzigartiges.“ das Urlaubsland Österreich, seine kulinarischen Produkte und seine Regionen in den Vordergrund. Im Zuge dieser Kooperation wurde durch das Netzwerk Kulinarik zur Umsetzung gemeinsamer Maßnahmen im Kulinarik Bereich ein Kooperationsbeitrag in Höhe von 450.000 Euro brutto an die Österreich Werbung geleistet. Darunter fielen unter anderem auch Leistungen wie Betriebsfotoshootings, Kampagnen-Konzept-Erstellung und diverse Schaltungen in der A-List.

Bei der Kampagne „Land der behutsamen Veredelung“ handelt es sich um die im Jahr 2021 durch die Österreich Werbung und Netzwerk Kulinarik gemeinsam gestartete Kommunikationsoffensive zum Kulinarik-Land Österreich. Im Jahr 2022 wurde diese in einer weiteren Kooperation fortgesetzt, wobei der Fokus auf dem Urlaubsland Österreich, seinen kulinarischen Produkten und seinen Regionen lag.

Die Bewusstseins-Kampagne „Das isst Österreich“ wurde als Auftrag mit einem Volumen in Höhe von 2 Mio. Euro brutto durch das Netzwerk Kulinarik mit dem Fokus auf national anerkannte Lebensmittelqualitätsregelungen umgesetzt.

In Bezug auf die Fragen 2f und 2g wird festgehalten, dass die Aktivitäten der Österreich Werbung nicht in den Vollziehungsbereich des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Regionen und Wasserwirtschaft fallen und daher keine Informationen dazu vorliegen.

Darüber hinaus darf auf die Beantwortung der Fragen 2c bis 2g und 2i der gleichlautenden parlamentarischen Anfrage Nr. 13206/J vom 6. Dezember 2022 durch das Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft verwiesen werden.

Der AMA GENUSS REGION Onlineshop ist weder Bestandteil des Projektauftrags Netzwerk Kulinarik noch des Förderprojekts „Cluster Kulinarik 2019-2022“ und unterliegt daher nicht dem Vollziehungsbereich des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Regionen und Wasserwirtschaft.

Zur Frage 3:

- Zur ÖSTERREICH WERBUNG und den KULINARIK-KAMPAGNEN:
 - a. Im Jahresbericht 2021 der "Österreich Werbung" ist auf Seite 25 unter "Kulinarik" von der Strategie der Themenkooperation Kulinarik die Rede.
 - i. Was genau ist unter der "Content-Kooperationen" zu verstehen? In welcher Form und in welchem Ausmaß leistete die "Österreich Werbung" hier Unterstützung?
 - ii. Was genau ist unter der "Influencer*innen-Reisen" zu verstehen? In welcher Form und in welchem Ausmaß leistete die "Österreich Werbung" hier Unterstützung?
 - iii. Wie viele Influencer*innen-Reisen haben stattgefunden und wie hoch waren die Kosten dafür?
 - iv. Nach welchen Kriterien wurden die Influencer*innen ausgewählt? (Bitte um konkrete Angaben zu den Influencer*innen)

- v. Gibt es zum Output der Influencer*innen Reisen eine Werbekostenwirkungsanalyse? Wenn ja, bitte erläutern, welchen Output man durch diese Reisen erzeugt hat.
 - vi. Es ist von Kommunikationsmaßnahmen in der Schweiz, den Niederlanden und in Belgien die Rede. Welcher Mehrwert wurde ausgerechnet bei diesen Ländern gesehen, der bei anderen Zielmärkten nicht gesehen wurde?
 - vii. Welche konkreten Kommunikationsmaßnahmen wurden unter dem Überbegriff "Kulinarik" in welchem Ausmaß zusätzlich getätigt?
- b. Gibt es Vereine oder Gesellschaften im Rahmen der zahlreichen "kulinarischen Initiativen" in denen das Ministerium direkt oder indirekt involviert ist?
- i. Welchen Mehrwert erwartet man sich davon?
 - ii. Wie sehen diese Kooperationen konkret aus?
- c. Wurden seitens des Ministeriums für diverse Projekte, die unter den sogenannten "Cluster Kulinarik 2019-2022" fallen, Förderungen vergeben?
- i. Falls JA: Wofür wurde an welche Förderwerber in welcher Höhe welche Förderung vergeben? (Bitte um detaillierte Auflistung)
 - ii. Wurden Anträge auf Förderungen abgelehnt?
 - 1. Falls JA: Welche Anträge mit welchem Fördervolumen an welchen Förderwerber wurden weshalb abgelehnt? (Bitte um detaillierte Auflistung)
- d. In welchen Medien mit kulinarischem Schwerpunkt wie beispielsweise Falstaff, oder Gault & Millau wurden seitens der Österreich Werbung Beiträge in Form von Inseraten oder Editorials in welcher Höhe finanziert? (Bitte um detaillierte Auflistung der letzten fünf Jahre inkl. Sonderausgaben der Medien)
- e. Welche Vereine wurden im In- oder Ausland durch juristische Personen gegründet, die in der Struktur der Österreich Werbung implementiert sind?

Die „Österreich Werbung“ liegt nicht im Vollziehungsbereich des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Regionen und Wasserwirtschaft. Das Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Regionen und Wasserwirtschaft ist auch nicht in Vereinen oder Gesellschaften der „kulinarischen Initiativen“ involviert.

Der „Cluster Kulinarik 2019-2022“ ist ein Förderprojekt im Rahmen des Programms zur Ländlichen Entwicklung LE 2014-2020 mit einem genehmigten Fördervolumen von 6,5 Mio. Euro netto für drei Jahre, welches durch die Europäische Union, Bund und Bundesländer finanziert wird.

Weiters wird auf die Beantwortung der gleichlautenden Frage 3 der parlamentarischen Anfrage Nr. 13206/J vom 6. Dezember 2022 durch das Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft verwiesen.

Zur Frage 4:

- Zum NETZWERK KULINARIK:
 - a. Wie finanziert sich das "Netzwerk Kulinarik"?
 - b. Wie hoch waren die Einnahmen und Ausgaben des "Netzwerk Kulinarik" in den Jahren 2021 und 2022?
 - i. Über welches Programm finanziert bzw. welche Förderungen von welcher Förderstelle bezieht das "Netzwerk Kulinarik"
 - ii. In welchem Zusammenhang stehen das Netzwerk Kulinarik und die "NWK-Kulinarik GmbH"?
 - iii. Hat die "NWK-Kulinarik GmbH" Leistungen an das Netzwerk Kulinarik abgerechnet? wenn ja, bitte um konkrete Angaben
 - c. Wie hoch ist das jährliche Budget für das "Netzwerk Kulinarik" und wer verwaltet es?
 - i. Wie viele Personen sind angestellt, wie hoch sind die Personalkosten?
 - ii. Welche Ziele wurden konkret im Jahr 2021 und 2022 erreicht? An welchen Zielen wird im Moment gearbeitet? Welche Ziele sollen in naher Zukunft erreicht werden?
 - iii. Wie hoch waren bis dato die Kosten für den Außenauftritt und das Logo und wer wurde damit in welchem Ausmaß und aus welchem Grund beauftragt?
 - d. Wo wurden bis dato für das "Netzwerk Kulinarik" Inserate in welcher Höhe geschaltet (bitte um Auflistung nach Print- und Onlinewerbung seit dem Jahr 2019)?
 - e. Welche der 14 Projekte, die das Netzwerk Kulinarik für 2022 geplant hat, wurden umgesetzt? (<https://b2b.ainfo.at/kulinarik/>)
 - f. Welche Rolle spielt der „Agrar.Projekt.Verein“ im Gesamtkonstrukt Netzwerk Kulinarik?
 - i. Wann, durch wen und warum wurde der Verein gegründet?

- g. Was unterscheidet die Vereine "Verein regionale Kulinarik" und "Regionale Kulinarik Initiativen"?
- i. Warum sind zwei verschiedene Vereine notwendig und wer entschied zwei Vereine zu gründen?
 - ii. Wie erklärt das Ministerium diese Doppelstruktur?

Das Netzwerk Kulinarik umfasst die Tätigkeiten der Vernetzungsstelle und des „Clusters-Kulinarik 2019-2022“. Die Tätigkeiten der Vernetzungsstelle werden von der AMA-Marketing GesmbH im Rahmen eines Projektauftrags des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Regionen und Wasserwirtschaft durchgeführt, der „Cluster Kulinarik 2019-2022“ ist ein einzelnes EU-kofinanziertes Förderprojekt im Rahmen des Programms zur Ländlichen Entwicklung LE 2014-2020. Der Projektauftrag der Vernetzungsstelle wird aus den Mitteln des Österreichischen Programms zur Entwicklung des Ländlichen Raums LE 2014-2020 im Rahmen der Maßnahme 16.10.2 Netzwerke in Höhe von 10,5 Mio. Euro brutto für sieben Jahre finanziert. Der Projektauftrag endet mit Dezember 2022.

Die Projektauftragnehmerin hatte jährliche Jahresarbeitsprogramme samt Kostenkalkulationen vorzulegen unter Berücksichtigung des zur Verfügung stehenden Gesamt-Budget-Volumens. Die Projektauftragnehmerin hatte die - auf Basis der geplanten und genehmigten Jahresarbeitsprogramme - erbrachten Leistungen halbjährlich darzustellen und die entsprechenden Belege vorzulegen, die nach erfolgter positiver Prüfung bezahlt wurden bzw. werden. Das heißt, die Projektauftragnehmerin hatte in Vorleistung zu gehen. In dem Projektauftrag wurden keine Einnahmen erzielt.

Die Aktivitäten des Projektauftrags umfassten Tätigkeiten auf strategischer Ebene. Im Gegensatz dazu agierte die Netzwerk Kulinarik GmbH im Rahmen des Förderprojekts „Cluster Kulinarik 2019-2022“ auf operativer Ebene mit dem Ziel der Umsetzung der im Rahmen des Projektauftrags „Netzwerk Kulinarik“ erarbeiteten Strategie Kulinarik Österreich.

Die Netzwerk Kulinarik GmbH hat im Rahmen des Förderprojekts folgende Leistungen an die Projektauftragnehmerin zum Projektauftrag „Netzwerk Kulinarik“ abgerechnet:

- für Leistungen im Jahr 2020 im Rahmen der Landesvernetzungsstellen in den Bundesländern 155.312,14 Euro brutto
- für Erbringung der Fachexpertise zu Online Portalen brutto 2.580 Euro im Jahr 2021

Die Ausgaben der Projektauftragnehmerin des Projektauftrags „Netzwerk Kulinarik“ beliefen sich im Jahr 2021 auf 2.766.764,55 Euro brutto. Die Kosten für das Jahr 2022 befinden sich derzeit noch in Prüfung.

Im Durchschnitt arbeiteten über den gesamten Projektauftrag hinweg fünf Vollzeitäquivalente. Die bisher entstandenen Personalkosten beliefen sich bis Ende des Jahres 2021 auf rd. 4,1 Mio. Euro brutto.

Im Hinblick auf die in den Jahren 2021 und 2022 erreichten Ziele darf auf folgenden Link verwiesen werden:

https://b2b.amainfo.at/fileadmin/user_upload/Dokumente/Alle_Dokumente/NWK/Dokumente/Netzwerk_Kulinarik_Arbeitsprogramm.pdf

Für das „Netzwerk Kulinarik“ wurden keine Inserate geschaltet. Es handelt sich hierbei um eine Vernetzungsplattform.

Die Markenentwicklung bzw. die Entwicklung des Logos AMA GENUSS REGION wurde im Verantwortungsberiech der AMA-Marketing GmbH finanziert; im Rahmen des Projektauftrags „Netzwerk Kulinarik“ wurde die Erarbeitung des Guides für die Anwendung der Marke durch die ausgeschriebene AMA-Rahmenvereinbarungsagentur - Young & Rubicam Vienne GmbH - in Höhe von 8.130 Euro brutto finanziert.

Die Kosten bezüglich Außenauftritt in Zusammenhang mit AMA GENUSS REGION sind der Beilage zu entnehmen. Es wird darauf hingewiesen, dass im Rahmen des Förderprojekts „Cluster Kulinarik 2019-2022“ nur die „Netto-Kosten“ gefördert werden, weshalb auch nur diese angegeben sind.

In Bezug auf die Frage 4e wird festgehalten, dass alle 14, für das Jahr 2022 geplanten, Projekte bearbeitet wurde.

Der „Agrar.Projekt.Verein“ spielt keine Rolle im Netzwerk Kulinarik.

Der Verein regionale Kulinarik ist Förderwerber des Förderprojekts „Cluster Kulinarik 2019-2022“ und gleichzeitig 100 Prozent Eigentümer der Netzwerk -Kulinarik GmbH, die die Geschäfte des Förderprojekts führt. Der Verein Regionale Kulinarik mit Mitgliedern im Bereich Landwirtschaft und Gewerbe befindet sich in Auflösung. Aufgrund der Weiterentwicklung des Projekts und der Synergienutzung wurde ein neuer „Verein

regionale Kulinarik Initiativen“ mit Mitgliedern entlang der gesamten Wertschöpfungskette gegründet. Die Vereine sind also Teil des Förderungsprojekts „Cluster Kulinarik 2019-2022“ und somit nicht vom Interpellationsrecht umfasst.

Zur Frage 5:

- Zur NWK-KULINARIK GMBH:
 - a. Wie ist das Verhältnis zwischen dem Verein "Regionale Kulinarik Initiativen", dem "Verein regionale Kulinarik", der "Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH" und der "NWK-Kulinarik GmbH"?
 - i. Warum wurde der Verein "Regionale Kulinarik Initiativen" gegründet und was ist der Sinn und Zweck dieses Vereines?
 - b. Gibt oder gab es ein Pendant zur „Klimabündnis Österreich gemeinnützige Förderungs- und Beratungsgesellschaft mbH“ für den Bereich der Kulinarik? Angespielt wird hier auf eine GmbH die sich mit Förderung und Beratung befasst (hat).
 - i. Falls JA: Warum wurde ein solches Pendant gegründet und was ist der Sinn und Zweck dahinter?
 - ii. Sind in die NWK-Kulinarik GmbH seitens des Ministeriums Gelder in Form von Förderungen geflossen?
 - 1. Falls JA: Wie viele und wofür?
 - 2. Falls NEIN: Ist dem Ministerium bekannt, ob ein solches Pendant jemals Förderwerber war, beziehungsweise Förderwerber werden wollte?
 - a. Falls JA: Wie hoch war das Volumen der beantragten Förderung und wofür hätte sie eingesetzt werden sollen?
 - c. Warum wurde die "NWK-Kulinarik GmbH" gegründet und was ist Sinn und Zweck dieser Gesellschaft - auch im Kulinarik-Gesamtkonstrukt?
 - i. Gibt es gesellschaftsrechtliche Beteiligungen der "NWK-Kulinarik GmbH"?
 - 1. Wenn ja, wo und zu welchem Anteil bzw. in welcher Höhe?
 - d. Welcher Mehrwert wurde in der Gründung der "NWK-Kulinarik GmbH" gesehen, der bei der ministeriellen Struktur nicht vorhanden war?
 - i. Aus welchem Grund hat ausgerechnet der Verein "Regionale Kulinarik Initiativen" 35.000 Euro Stammeinlage bei der "NWK-Kulinarik GmbH" geleistet und wer entschied dies wann?
 - ii. Woher stammt das Geld für eben diese Stammeinlage?
 - e. Die NWK-Kulinarik GmbH verkauft Genussgutscheine über folgende Webseite: [https://genussgutschein.co.at/product info.php?info=p1 &cat=c1 .html](https://genussgutschein.co.at/product%20info.php?info=p1%20&cat=c1). Wie viele Genuss-Gutscheine welcher Art wurden seit Beginn dieses Angebotes verkauft? (Bitte um Auflistung nach Anzahl und Jahreszahl seit Start des Angebots)

- i. Wie hoch war der Wert der verkauften Genuss-Gutscheine?
- ii. Wer ist für die Abwicklung des Verkaufes der Genuss-Gutscheine zuständig?
- iii. Gibt es beim Verkauf eines Genuss-Gutscheines einen Anteil, der als sogenannte Service-Fee verrechnet wird?
 - 1. Falls JA: Von wem wird dieser Anteil eingehoben, wie hoch ist dieser und wofür wird dieser verwendet?
- iv. Wie hoch bemisst sich der finanzielle Aufwand für die Erstellung und Abwicklung des Projekts Genuss-Gutscheine? Wie hoch waren die Kosten für den Online-Shop, wie hoch sind die laufenden Kosten für den Online-Shop, die Gebühren für die Nutzung der Zahlfunktionen etc.?
- v. Hat die "NWK-Kulinarik GmbH" jemals, seit Gründung, Beratungs- und Fremdleistungen durch Dritte beauftragt? Wenn ja in welcher Form, bitte um konkrete Angaben?

Der Verein regionale Kulinarik und die Netzwerk Kulinarik GmbH bilden den „Cluster Kulinarik 2019-2022“. Dieser Cluster bildet gemeinsam mit der Vernetzungsstelle das Netzwerk Kulinarik. Die AMA-Marketing GmbH ist Projektauftragnehmerin der Vernetzungsstelle. Der Verein regionale Kulinarik Initiativen ist der Rechtsnachfolger des in Auflösung befindlichen Verein Regionale Kulinarik.

Dem Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Regionen und Wasserwirtschaft ist kein Pendant zur „Klimabündnis Österreich gemeinnützigen Förderungs- und Beratungsgesellschaft mbH“ für den Bereich Kulinarik bekannt.

Sinn und Zweck des Netzwerks Kulinarik ist es, Wirtschafts- bzw. Innovationstätigkeiten durch die Förderung intensiver wechselseitiger Beziehungen, die gemeinsame Nutzung von Einrichtungen, den Austausch von Wissen und Kenntnissen und durch einen wirksamen Beitrag zum Wissenstransfer, zur Vernetzung und zur Informationsverbreitung unter den beteiligten Unternehmen anzuregen. Wie bereits erwähnt wurde die Netzwerk Kulinarik GmbH zur Führung der Geschäfte im Rahmen des Förderprojekts „Cluster Kulinarik 2019-2022“ gegründet und ist damit Teil des Förderwerbers des Förderprojekts „Cluster Kulinarik 2019-2022“, welches eine Fördergenehmigung in Höhe von 6,5 Mio Euro netto für drei Jahre hat. Ziel des Förderprojekts ist die operative Umsetzung der Strategie Kulinarik Österreich. Das Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Regionen und Wasserwirtschaft hat weder Einfluss auf die Gründung der GmbH genommen noch ist dieses gesellschaftsrechtlich beteiligt.

Der Verkauf von Genussgutscheinen ist weder Bestandteil des Projektauftrags Netzwerk Kulinarik noch des Förderprojekts „Cluster Kulinarik 2019-2022“. Dem Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Regionen und Wasserwirtschaft liegen dazu keine Informationen vor.

Zur Frage 6:

- SONSTIGES im Bereich KULINARIK:
 - a. Auf der Website von sterz.info (Steirisches Ernährungs-Kompetenzzentrum) gab es die Möglichkeit über den Verein "Verein regionale Kulinarik" Coachings zur Produktvermarktung für einzelne Cluster zu buchen. Gab es zu diesem Coaching eine Ausschreibung? (<https://www.sterz.info/wp-content/uploads/2019/05/Anmeldeformular-f%C3%BCr-ein-Coaching-20190416.pdf>)
 - i. Falls JA: Nach welchen Kriterien wurde hier eine Entscheidung getroffen?
 1. Von wem wurde diese Entscheidung getroffen?
 2. Wie hoch beliefen sich die Kosten bisher für diese angebotenen Coachings?
 3. Wer führt(e) das Coaching durch?
 - a. Werden/wurden dafür Subunternehmer herangezogen?
 - b. Ist dem Ministerium bekannt, wie viele Gelder in welche Vereine, oder Gesellschaften im Zusammenhang mit dem Thema "Kulinarik", die direkt oder indirekt dem Ministerium nahestehen, geflossen sind und was hier die Kriterien waren?
 - i. Falls JA: Bitte um eine Auflistung.
 - ii. Falls NEIN: Warum sind dem Ministerium diese Daten nicht bekannt?
 - c. Wie begründet das Ministerium die Vielzahl an vorhandenen Vereinen, welche durch das Ministerium selbst oder indirekt durch dieses gegründet wurden?
 - i. Worin lag/liegt der Vorteil an Vereinsgründungen, weshalb man sich dafür so häufig entschied?
 - ii. Wie viele und welche Vereine wurden vom Ministerium selbst oder von einer juristischen Person, die dem Ministerium (wenn auch auf Umwegen) nahesteht, gegründet oder mitgegründet? (Bitte um eine Auflistung seit 2010)
 - iii. Bis wann werden Sie der Empfehlung des Rechnungshofes endlich entsprechen und diese zahlreichen Vereinskonstruktionen, Gesellschaften etc. in eine einfache, transparente und effiziente Struktur umwandeln? Welche Schritte dahingehend wurden bereits gesetzt?

- d. Welche Beratungsleistungen und Werkverträge mit externen Firmen sind seitens des Ministeriums mit welchem Inhalt in den letzten fünf Jahren geschlossen worden?
- i. Wann, wie oft und wofür wurden Verträge mit sogenannten Subunternehmern geschlossen, um für das Ministerium oder vom Ministerium gegründete Vereine und Gesellschaften direkt oder indirekt Arbeit zu verrichten?
- e. Wie steht das Ministerium zu Postenbesetzungen mit ein und derselben Person in mehreren, teils auch zusammenhängenden Gesellschaftsformen, oder Vereinen, welche allesamt eine Verquickung zum Ministerium aufweisen?
- i. Gibt es hier Beispiele für solche Fälle, die dem Ministerium bekannt sind? (Innerhalb der letzten fünf Jahre)
 - ii. Wie viele Organfunktionen haben/hatten Gerhard Zinner, Harald Pollak, Christina Mutenthaler, Mario Pulker, Ferdinand Lembacher und Astrid Ruzicka in juristischen Personen, die das Ministerium (mit)gegründet hat, oder an denen das Ministerium beteiligt ist/war? (Bitte um Aufzählung aller Organfunktionen inklusive Zeitraum)
 - 1.
 - a. Gibt es für die Ausübung einer Organfunktion für/durch das Ministerium eine finanzielle Vergütung und falls ja, in welcher Höhe jeweils?
- f. Welche Vereine, die direkt oder indirekt der ministeriellen Struktur angehören haben bei welchen Gesellschaften eine Stammeinlage geleistet? (Bitte um Auflistung inklusive Sitz der Gesellschaft/des Vereines)
- i. Wann wurden die jeweiligen Gesellschaften gegründet, bei denen ein Verein eine Stammeinlage geleistet hat?
 - 1. Wann wurden die jeweiligen Vereine gegründet, die unter diese Frage fallen?
- g. Ist dem Ministerium bekannt, welche Vereine, die direkt oder indirekt der ministeriellen Struktur angehören, Gelder aus dem NPO-Fonds beantragt haben?
- i. Wie viele Anträge wurden in welchem Volumen freigegeben? (Bitte um detaillierte Auflistung)

Die Coachings wurden im Zuge des Förderprojekts „Cluster Produktentwicklung, -präsentation und -vermarktung für landwirtschaftliche Qualitätserzeugnisse“ vom Verein regionale Kulinarik als Förderwerber im Rahmen von sogenannten „Zukunftswerkstätten“ durchgeführt. Sie wurden nach den förderrechtlichen Grundsätzen der Zweckmäßigkeit, Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit direkt durch den Förderwerber vergeben.

Die seitens der Unternehmen in Rechnung gestellten Kosten können der nachfolgenden Tabelle entnommen werden:

Unternehmen	Bezeichnung	Kosten in Euro netto
Annemarie Mayer Coaching & Training	2 Workshops "Zukunftswerkstatt"	2.356,28
conos gmbH	11 Workshops "Zukunftswerkstatt"	21.238,00
dieJÄGER eU.	1 Workshop "Zukunftswerkstatt"	1.269,98
Dipl. Päd. Ing. Wolfgang Monai	8 Workshops "Zukunftswerkstatt"	20.063,72
Dr. Rudolf Stadler Medien- und Marketingberatung	2 Workshops "Zukunftswerkstatt"	2.173,50
Elisabeth Schwarzl	2 Workshops "Zukunftswerkstatt"	2.379,00
Harald Lindtner consulting & coaching GmbH	8 Workshops "Zukunftswerkstatt"	10.386,69
Ik Projekt niederösterreich wien GmbH	3 Workshops "Zukunftswerkstatt"	3.400,49
Mag. Martin Selinger	1 Workshop "Zukunftswerkstatt"	1.021,13
ÖAR GmbH	6 Workshops "Zukunftswerkstatt"	7.182,68

Das Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Regionen und Wasserwirtschaft steht weder direkt noch indirekt Vereinen oder Gesellschaften im Bereich Kulinarik nahe und kann daher auch nicht zur Anzahl der Vereine sowie zu deren Ausgestaltung Stellung nehmen.

Darüber hinaus wird auf die Beantwortung der Fragen 6b bis 6g der gleichlautenden parlamentarischen Anfrage Nr. 13206/J vom 6. Dezember 2022 durch das Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft verwiesen.

Dem Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Regionen und Wasserwirtschaft liegen keine Informationen zu Anträgen aus dem NPO-Fonds vor.

Mag. Norbert Totschnig, MSc

