

Bericht

des Ausschusses für Land- und Forstwirtschaft

über die Regierungsvorlage (1792 der Beilagen): Bundesgesetz, mit dem das AMA-Gesetz 1992 geändert wird

Das Agrarmarketingbeitragssystem erhält eine neue Gestaltung, vor allem um – ausgehend von einer Kritik des Rechnungshofs – die Aufbringung der Mittel auf eine breitere Basis zu stellen. Der Agrarmarketingbeitrag wird zur Förderung des Absatzes von land- und forstwirtschaftlichen Erzeugnissen, zur Erschließung und Pflege von Märkten für diese Zwecke im In- und Ausland, zur Verbesserung des Vertriebs und der Qualität landwirtschaftlicher Erzeugnisse und zur Vermittlung von relevanten Informationen für Verbraucher hinsichtlich Qualität und sonstiger Produkteigenschaften eingehoben. Mithilfe dieses Beitrags können Aktivitäten in den Bereichen Qualitätssicherung, Information und Marktbearbeitung gesetzt werden, die dazu beitragen, den Absatz der landwirtschaftlichen Produktion zu stärken und die Erzeugnisse der Land- und Lebensmittelwirtschaft im In- und Ausland bekannt zu machen. Die Einführung und konsequente Weiterentwicklung der AMA-Gütesiegel-Strategie hat wesentlich dazu beigetragen, dass sowohl Lebensmitteleinzelhandel als auch Konsumenten sehr stark auf Qualitätsprodukte setzen. Der Rechnungshof hat in seinem Bericht BUND 2016/21 zur Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH bemängelt, dass für die Vermahlung von Getreide im Rahmen einer Handelsvermahlung bislang keine Beiträge vorgesehen sind und der überwiegende Teil der Agrarmarketingbeiträge (rund 80%) aus den Bereichen Milch und Fleisch stammt. Mit einer grundlegenden Umgestaltung soll das Marketingbeitragssystem auf eine neue und breitere Grundlage gestellt werden und damit unter Vermeidung zusätzlicher Verwaltungslasten und Einhebungskosten eine „fairere“ Mittelaufbringung erreicht werden. Mit einem (neuen) allgemeinen Flächenbeitrag und den bisherigen produktbezogenen (angepassten) Beiträgen sollen nunmehr alle landwirtschaftlichen Produzenten zur Finanzierung beitragen. Gleichzeitig soll der Agrarmarketingbeitrag auch zur Vermittlung von landwirtschafts- und lebensmittelrelevanten Aspekten dienen.

Kompetenzgrundlage:

Der vorliegende Gesetzentwurf stützt sich auf § 1 AMA-Gesetz und Art. 10 Abs. 1 Z 4 B-VG (öffentliche Abgaben, die ausschließlich oder teilweise für den Bund einzuheben sind).

Besonderheiten des Normerzeugungsverfahrens:

Keine

Der Ausschuss für Land- und Forstwirtschaft hat die gegenständliche Regierungsvorlage in seiner Sitzung am 05. Dezember 2022 in Verhandlung genommen.

Gemäß § 40 Abs. 1 GOG-NR beschloss der Ausschuss einstimmig, den Experten Dr. Michael **Blass** beizuziehen.

An der Debatte beteiligten sich außer dem Berichterstatter Abgeordneter Ing. Josef **Hechenberger** die Abgeordneten Clemens **Stammler**, Dipl.-Ing. Karin **Doppelbauer**, Cornelia **Ecker**, Peter **Schmiedlechner**, Dietmar **Keck**, MMag. Katharina **Werner**, Bakk. sowie der Bundesminister für Land- und Forstwirtschaft, Regionen und Wasserwirtschaft Mag. Norbert **Totschnig**, MSc und der Ausschussobmann Abgeordneter Dipl.-Ing. Georg **Strasser**. Der Experte beantwortete die an ihn gerichteten Fragen.

Bei der Abstimmung wurde der in der Regierungsvorlage enthaltene Gesetzentwurf mit Stimmenmehrheit (**dafür:** V, G, **dagegen:** S, F, N) beschlossen.

Als Ergebnis seiner Beratungen stellt der Ausschuss für Land- und Forstwirtschaft somit den **Antrag**, der Nationalrat wolle dem von der Bundesregierung vorgelegten Gesetzentwurf (1792 der Beilagen) die verfassungsmäßige Zustimmung erteilen.

Wien, 2022 12 05

Ing. Josef Hechenberger

Berichterstattung

Dipl.-Ing. Georg Strasser

Obmann

