

ANFRAGE

des Abgeordneten Peter Schmiedlechner
und weiterer Abgeordneter
an die Bundesministerin für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus
betreffend AMA-Marketing Videos

Die Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH (kurz AMA-Marketing) wurde im Zuge des EU-Beitritts Österreichs gegründet. Zu den Aufgaben der AMA-Marketing gehört es, die Konsumentinnen und Konsumenten für die Bedeutung von Qualität, Frische und Herkunft von Lebensmitteln zu sensibilisieren. Offiziell ist der Zweck der AMA-Marketing ist folgendermaßen definiert:¹

- *die Förderung des Absatzes von land- und forstwirtschaftlichen Erzeugnissen und daraus hergestellten Erzeugnissen,*
- *die Erschließung und Pflege von Märkten für diese Erzeugnisse im In- und Ausland,*
- *die Verbesserung des Vertriebes dieser Erzeugnisse,*
- *die Förderung von allgemeinen Maßnahmen zur Qualitätsverbesserung und -sicherung bezüglich dieser Erzeugnisse,*
- *die Vermittlung von für Verbraucherinnen und Verbraucher relevanten Informationen hinsichtlich Qualität, Aspekten des Verbraucherschutzes und des Wohlergehens der Tiere sowie sonstiger Produkteigenschaften dieser Erzeugnisse.*

Diese Aufgabe wird zum überwiegenden Teil aus Agrarmarketingbeiträgen finanziert. Die Höhe und wer diese zu leisten hat steht im AMA-Gesetz. Die Beiträge sind Zwangsbeiträge, also verpflichtend für die Verarbeiter der landwirtschaftlichen Produkte wie Molkereien oder Schlachtbetriebe. Die Bauern selbst leisten die Beiträge quasi indirekt, da sie ihnen vom Preis abgezogen werden. Gezahlt werden muss für Milch, Fleisch, Gemüse und Obst. Zu den Agrarmarketingbeiträgen kommen noch andere Einnahmequellen. Hier die Übersicht:²

¹ Bericht der Bundesministerin für Nachhaltigkeit und Tourismus über die Aktivitäten der AMA-Marketing GesmbH (Geschäftsjahr 2018) – Seite 8

² Bericht der Bundesministerin für Nachhaltigkeit und Tourismus über die Aktivitäten der AMA-Marketing GesmbH (Geschäftsjahr 2018) – Seite 13

Tabelle 1: Gesamtübersicht 2016-2018

	2018		2017		2016	
	Erlöse	Aufwendungen	Erlöse	Aufwendungen	Erlöse	Aufwendungen
Agrarmarketingbeiträge	19.324.000		18.645.000		18.692.000	
EU-Mittel	1.315.000		2.279.000		2.047.000	
Sonstige Einnahmen	3.868.000		4.537.000		3.138.000	
Finanzerfolg					4.000	
Bezogene Leistungen		14.088.000		16.427.000		19.326.000
Personalaufwand		5.648.000		5.246.000		4.895.000
Sachaufwand		1.335.000		1.190.000		1.071.000
Aufwand AMA ¹⁾		1.716.000		1.752.000		1.495.000
Dotierung Rückstellung für zukünftige Marketingprojekte		1.720.000		846.000		-2.906.000
Summe	24.507.000	24.507.000	25.461.000	25.461.000	23.881.000	23.881.000

1) Kosten der Beitragseinhebung und sonstige Verwaltungskosten der AMA betreffend die AMA-Marketing

Diese Gelder sollten für die vorgegebenen Ziele ausgegeben werden, so dass sie einen Mehrwert für die landwirtschaftlichen Betriebe bringen. Zu diesem Zwecke bedient sich AMA-Marketing mehrerer Kanäle, darunter ist auch eine Facebook-Seite. Auf der Facebook-Seite der AMA (heißt AMA, wird aber von AMA-Marketing betrieben) finden sich unter anderem diese Video-Beträge:

- Zwischenklauenzange
<https://www.facebook.com/amainfo.at/videos/584330462106325/>
<https://www.facebook.com/amainfo.at/videos/540712486719238/>
<https://www.facebook.com/amainfo.at/videos/398109974408963/>
- Veterinärhandschuh
<https://www.facebook.com/amainfo.at/videos/398109974408963/>
<https://www.facebook.com/amainfo.at/videos/437749303815169/>
<https://www.facebook.com/amainfo.at/videos/702149360306045/>
- Sitzgummi
<https://www.facebook.com/amainfo.at/videos/2911707848858022/>
<https://www.facebook.com/amainfo.at/videos/428627944510236/>
<https://www.facebook.com/amainfo.at/videos/2425567184364401/>
- Tränkebecken
<https://www.facebook.com/amainfo.at/videos/673447863483337/>
<https://www.facebook.com/amainfo.at/videos/796649504105151/>
<https://www.facebook.com/amainfo.at/videos/2380520878869944/>
- Schalmtestscheibe
<https://www.facebook.com/amainfo.at/videos/2865386673524527/>
<https://www.facebook.com/amainfo.at/videos/771256163333134/>
<https://www.facebook.com/amainfo.at/videos/2753710321348344/>
- Überschuh
<https://www.facebook.com/amainfo.at/videos/2511049648993614/>
<https://www.facebook.com/amainfo.at/videos/560296881386281/>
<https://www.facebook.com/amainfo.at/videos/2184145758352723/>

- Kälbersauger
<https://www.facebook.com/amainfo.at/videos/2443600752401784/>
<https://www.facebook.com/amainfo.at/videos/405854876752163/>

Die Videos zeigen einige Instrumente, die in der Landwirtschaft zum Einsatz kommen und bieten zuerst falsche aber witzige, fantasievolle Erklärung, worum es sich handelt. Zum Schluss kommt dann immer die Auflösung (bis jetzt gibt es Videos über den Kälbersauger, die Überschuhe, die Schalmtestscheibe, das Tränkebecken, den Sitzengummi, den Veterinärhandschuh und über die Zwischenklauenzange). Diese Videos haben durchaus Unterhaltungswert. Der Sinn dieser Beiträge für die Erfüllung der Aufgaben der AMA-Marketing ist jedoch zu hinterfragen, zumal sie aus den Zwangsbeiträgen bzw. anderen zweckgebundenen Mitteln finanziert werden.

In diesem Zusammenhang richten die unterfertigten Abgeordneten an die Bundesministerin für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus folgende

Anfrage

1. Wieviel kosteten die oben genannten Videos jeweils?
2. Aus welchen Mitteln wurden die oben genannten Videos jeweils finanziert?
3. Welcher Nutzen für die Landwirtschaft bzw. Lebensmittelproduktion wurde und wird aus den genannten Videos jeweils gezogen?
4. Welcher der festgelegten Zwecke wird mit diesen Videos jeweils erfüllt?
5. Wie hoch waren die Beträge, die die Muttergesellschaft AgrarMarkt Austria durch Agrarmarketingbeiträge in den letzten fünf Jahren (bitte nach Jahren angeben) eingenommen hat?
6. Wie hoch waren die sonstigen Einnahmen der Muttergesellschaft AgrarMarkt Austria in den letzten fünf Jahren (bitte nach Jahren)?
7. Wie hoch waren die Beträge, die die Muttergesellschaft AgrarMarkt Austria aus den Agrarmarketingbeiträge in den letzten fünf Jahren (bitte nach Jahren angeben) an die AMA-Marketing weitergeleitet hat?
8. Wie hoch waren die Beträge aus den sonstigen Einnahmen der Muttergesellschaft AgrarMarkt Austria in den letzten fünf Jahren (bitte nach Jahren angeben) die an AMA-Marketing weitergeleitet wurden?

SA PR
AS
Walter Thaler

