

20.40

Abgeordneter Clemens Stammler (Grüne): Frau Präsidentin! Geschätzter Herr Minister! Geschätzte Kolleginnen und Kollegen! Die AMA-Marketing hat im Wesentlichen drei Aufgaben: Die erste Aufgabe ist die jetzt schon viel diskutierte Bewerbung landwirtschaftlicher Produkte und landwirtschaftlicher Leistungen. Die zweite Aufgabe ist die Entwicklung von Gütesiegeln und die Kontrolle dieser, und die dritte Aufgabe ist die rollierende Agrarmarktanalyse, sprich Rollama.

Ja, wir alle kennen den Rechnungshofbericht aus dem Jahr 2016. Wir alle wissen, wie vernichtend der eigentlich war. Ich muss aber grundsätzlich dazu sagen, dass der Follow-up-Bericht wesentliche Teile der Empfehlungen als umgesetzt sah und es starke Verbesserungen gibt.

Ich bin sicher kein Unterstützer beziehungsweise ich möchte die AMA-Marketing sicher nicht über den grünen Klee loben, aber: Warum braucht es die Ausweitung der AMA-Marketingbeiträge auf den Getreidesektor, und warum braucht es überhaupt eine Marketingplattform, die ja die NEOS mit dem Antrag eigentlich infrage stellen? (*Abg. Doppelbauer: Gute Frage!*)

In Österreich stellt sich der Lebensmitteleinzelhandel so dar, dass er im Prinzip von drei großen Playern dominiert wird. Wir haben im Lebensmitteleinzelhandel die größte Verkaufsfläche pro Kopf in Europa; das heißt Verdrängungswettbewerb und das heißt, um den Markt kämpfen.

Wir wissen ganz genau: Dort, wo um den Markt gekämpft wird, wird um Erzeugerpreise gekämpft und dort wird Marketing sehr findig betrieben. Es entstehen Markenprogramme wie zum Beispiel Gut zum Tier, was ja aus der Ferne betrachtet löblich ist und gut aussieht. Gut zum Tier heißt aber nicht gleichzeitig gut zur Bäuerin und gut zum Bauern.

Fakt ist, dass diese Markenprogramme des Lebensmitteleinzelhandels vorschreiben, wie Ställe auszuschauen haben, wie zu produzieren ist. Nachher kann sich die Bäuerin oder der Bauer entscheiden: Produziere ich um jeden

Preis in diesem Stall weiter, oder werde ich vom Hofer-Bauern zum Billa-Bauern oder zur Spar-Bäuerin, baue meinen Stall neu um und setze mich neuen Produktionsbedingungen aus?

Insofern glaube ich sehr wohl, dass eine Bewerbung aus bäuerlicher Hand notwendig ist, dass Markenprogramme wie das AMA-Gütesiegel zur Entwicklung notwendig sind, denn wie gesagt: Mir sind AMA-Gütesiegel-Bäuerinnen und -Bauern bei Weitem lieber als Billa-Bäuerinnen und Billa-Bauern.

(Beifall bei Grünen und ÖVP.)

Ich verstehe Kollegin Ecker, wenn Sie sagt, diese Qualitätsprogramme müssen weiter ausgebaut werden. Das kann ich unterstützen, und das wird auch passieren. Nebenbei hat das Miteinbeziehen der Getreidebäuerinnen und Getreidebauern in das Programm über den Flächenbeitrag den Nebeneffekt, dass sich natürlich auch die Bewerbung der AMA-Marketing ändern wird.

Wir nähern uns ein kleines Stück der Ernährungspyramide an. Wir bewerben nicht mehr ausschließlich tierische Produkte, sondern auch pflanzliche Produkte wie Backwaren und so weiter. Ich glaube, es ist wichtig, dass die Bäuerinnen und Bauern aus eigenem Antrieb besser und transparenter werden.

Vielleicht ein kleiner Nachsatz, weil mich meine Partnerin gerade informiert hat, dass sie bei minus 13 Grad im Stall steht, dass die Mistbahn eingefroren ist und die Melkleitungen zugefroren sind und sie eigentlich am Verzweifeln ist: Ich möchte mich damit zum Jahresende bei den Bäuerinnen und Bauern bedanken, die trotz aller Widrigkeiten jeden Tag wieder den Mut finden, weiterzuarbeiten und dieses Land weiterhin zu ernähren. – Danke. *(Beifall bei Grünen und ÖVP sowie der Abg. Doppelbauer.)*

20.44

Präsidentin Doris Bures: Nächste Rednerin: Frau Abgeordnete Karin Doppelbauer. – Bitte. *(Abg. Strasser: Von Oberösterreich zu Oberösterreich!)*