

20.49

Bundesminister für Land- und Forstwirtschaft, Regionen und Wasserwirtschaft

Mag. Norbert Totschnig, MSc: Sehr geehrte Frau Präsidentin! Sehr geehrte Abgeordnete! Geschätzte Damen und Herren! Zur bestmöglichen Bewerbung der qualitativ hochwertigen Lebensmittel der österreichischen Bäuerinnen und Bauern braucht es ein effizientes und leistungsstarkes Marketing.

In Zeiten, in denen die Regionalität an Bedeutung zunimmt, in denen das Thema Herkunft bei der Kaufentscheidung der Konsumentinnen und Konsumenten an Bedeutung zunimmt, brauchen wir eine Stärkung des Marketings und keine Schwächung. Genau das erfolgt mit dieser Novelle.

Das Agrarmarketing spielt eine wesentliche Rolle bei der Kommunikation von landwirtschaftlichen und lebensmittelrelevanten Aspekten und der Förderung des Absatzes von landwirtschaftlichen Erzeugnissen in Österreich. Es ermöglicht einen mehrfachen Multiplikationseffekt in der Wertschöpfung der landwirtschaftlichen Betriebe gegenüber den eingesetzten Mitteln, beispielsweise beim Verkauf von AMA-Gütesiegel-Produkten im Lebensmitteleinzelhandel oder in der Gastronomie.

Diese wichtige Aufgabe erfüllt die AMA-Marketing mit dem AMA-Gütesiegel seit Jahren und das sehr erfolgreich. Um diese Erfolgsgeschichte fortzuschreiben, ist eine zukunftsorientierte Weiterentwicklung des Agrarmarketingbeitragssystems notwendig gewesen.

Meine Damen und Herren, was wird durch diese Novelle des AMA-Gesetzes geändert? – Erstens wird das Marketingbeitragssystem auf eine neue und breitere Grundlage gestellt und damit eine fairere Mittelaufbringung erreicht. *(Zwischenruf der Abg. Meisl-Reisinger.)*

Wir folgen damit, wie bereits angesprochen, einer Empfehlung des Rechnungshofes aus dem Jahr 2016. Konkret werden erstmals alle landwirtschaftlichen Nutzflächen und damit die gesamte landwirtschaftliche Produktion ins Marketing- und Beitragssystem einbezogen.

Wichtig war für uns dabei, dass es eine ausgewogene Verteilung der AMA-Marketingbeiträge innerhalb der Landwirtschaft auf Basis des neuen allgemeinen Flächenbeitrags und der produktbezogenen Beiträge gibt.

Das Beitragsaufkommen steigt dadurch im Vergleich zum bisherigen um ein Drittel. Wir müssen aber immer wieder in Erinnerung rufen – das wurde bereits angesprochen –: Die AMA-Marketingbeiträge wurden seit 1995 – also seit über 27 Jahren – nicht angepasst. Das hat natürlich zu einem Wertverlust bei den Beiträgen geführt. Deshalb ist es auch notwendig geworden, dass eine Novelle durchgeführt wird.

Mit der Novelle wird zweitens eine Ausweitung der Marketingmaßnahmen gemeinsam mit den einzelnen Sektoren möglich, und zwar durch die Etablierung von Marketingmaßnahmen beispielsweise über die Einbindung des Getreidesektors in das Marketingsystem, weiters über die Betonung der Leistung der Almwirtschaft und die Stärkung des Marketings von Almerzeugnissen. Darüber hinaus wird der Ausbau der Qualitäts- und Herkunftskennzeichnung gesichert.

Es geht weiters um ein stärkeres Hervorheben der Bedeutung der Landwirtschaft für die Lebensmittelversorgungssicherheit in Österreich. Des Weiteren geht es um den Ausbau des AMA-Gütesiegels auf weitere Bereiche. Es wurde bereits angesprochen, es geht um eine breite Etablierung des AMA-Gütesiegels für Brot- und Backwaren.

Zu guter Letzt geht es um eine vermehrte Kommunikation der vielfältigen Leistungen der Landwirtschaft für Umwelt, Natur, Klima und Tierwohl.

Die Novelle bringt auch Verwaltungsvereinfachungen für die Bäuerinnen und Bauern und für Betriebe. Es werden nämlich Vereinfachungsmöglichkeiten in der Beitragseinhebung genutzt, beispielsweise durch das Abstellen auf den jährlichen Mehrfachantrag, um eine zusätzliche Meldung der landwirtschaftlichen Flächen zu vermeiden.

Es geht auch um das Heranziehen der Monatsmeldung für Milch anstelle einer monatlichen Beitragserklärung durch die Molkereien oder um eine Gegenrechnung der zu leistenden Agrarmarketingbeiträge – soweit möglich – mit auszahlenden Förderungen. Das System der Beitragseinhebung und -abwicklung wird damit vereinfacht, Verwaltungslasten werden reduziert.

Ich komme zum Schluss: Die vorliegende Novelle ist das Ergebnis eines sehr langen und umfassenden Abstimmungsprozesses mit der Interessenvertretung und mit jenen Branchen, die finanziell zum Agrarmarketingbeitragssystem beitragen.

Ich danke an dieser Stelle allen, die da konstruktiv mitgearbeitet haben – auch dem Koalitionspartner für den schlussendlich erfolgreichen Abschluss der Verhandlungen.

Das AMA-Gütesiegel ist **die** zentrale Marke für die Landwirtschaft in Österreich. Mit der vorliegenden Novelle stärken wir diese Marke. Wir stärken die Bäuerinnen und Bauern in Österreich im Sinne der Konsumentinnen und Konsumenten in Österreich. Ich bitte um breite Zustimmung zur Novelle. – Herzlichen Dank. *(Beifall bei ÖVP und Grünen.)*

20.54

Präsidentin Doris Bures: Nun gelangt Frau Abgeordnete Irene Neumann-Hartberger zu Wort. – Bitte.