

18.00

Abgeordneter Ing. Klaus Lindinger, BSc (ÖVP): Sehr geehrter Herr Präsident! Herr Minister! Geschätzte Kolleginnen und Kollegen! Liebe Zuseherinnen und Zuseher! Meine Damen und Herren, wer kennt es nicht, das AMA-Gütesiegel? – 90 Prozent der Bevölkerung kennen das AMA-Gütesiegel und rund 80 Prozent vertrauen darauf. *(Abg. Keck: 70 Prozent mit Jänner 2023!)* Meine Damen und Herren! In einem Gütesiegelhaufen von über 100 Gütesiegeln, die es in Österreich gibt, ist das AMA-Gütesiegel das einzige Gütesiegel, das nicht in der Hand von Handelsketten oder irgendwelchen Tierschutzorganisationen ist. Es ist das einzige Gütesiegel, das von unabhängiger Stelle kontrolliert wird. *(Beifall bei der ÖVP.)*

Es ist bereits angesprochen worden: Täglich finden 60 Kontrollen statt, in Summe gibt es jährlich rund 20 000 Vor-Ort-Kontrollen. *(Abg. Leichtfried: Das hat der Kollege schon alles erzählt!)* Und, meine Damen und Herren, ja, es ist wichtig, dass kontrolliert wird, aber man muss schon auch sagen: Die Bäuerinnen und Bauern leiden unter einem großen Kontrolldruck. Ich sage es noch einmal: Es ist wichtig, dass kontrolliert wird, ob das Tier in Österreich geboren und aufgewachsen ist und geschlachtet worden ist. 100 Prozent heimische Qualität auf unseren Tellern garantiert hier in Österreich nur das AMA-Gütesiegel. *(Beifall bei der ÖVP.)*

Es ist ein verlässliches Zeichen beim Lebensmitteleinkauf. Die Konsumentinnen und Konsumenten können beim täglichen oder wöchentlichen Einkauf zeigen, indem sie dementsprechend bewusst zum rot-weiß-roten Gütesiegel greifen, dass sie auf österreichische Herkunft setzen – Kollege Strasser hat schon gesagt, vom Hof bis auf den Teller –, dass sie auf hohe österreichische Qualität, nämlich höchste Qualität, und auf die unabhängigen Kontrollen setzen.

Das AMA-Gütesiegel ist nämlich – anders als das in den Medien und auch in diesem Haus oft dargestellt wird – ein wertvolles Unikat in Europa, um das uns viele andere Länder beneiden. Ein Kollege aus dem Deutschen Bundestag, Artur Auernhammer, war vor einigen Wochen hier zu Gast und hat wörtlich gesagt,

dass man mit der Abschaffung der CMA, der Centralen Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft, bittere Erfahrungen gemacht hat. Und auch er anerkennt und betont, wie wichtig die Erhaltung des AMA-Gütesiegels nicht nur für die Bäuerinnen und Bauern, sondern auch für die Konsumentinnen und Konsumenten in Österreich ist, meine Damen und Herren.

Ich darf somit zum eigentlichen Thema kommen, nämlich der Frage, was konkret die Aufgabe der AMA, der AMA-Marketing und des AMA-Gütesiegels ist. Es ist die Bewerbung der Produkte im AMA-Gütesiegelprogramm, das höhere Auflagen als die Standardauflagen, die ja in Österreich ohnehin schon hoch sind, höhere Standards bei der Fütterung, höhere Standards bei der Haltung aufweist. Dementsprechend generiert es mehr Wertschätzung und mehr Wertschöpfung. Es generiert unter anderem mehr Wertschöpfung für die Bäuerinnen und Bauern, denn 1 Euro AMA-Marketingbeitrag bringt am Ende des Tages 3 Euro Wertschöpfung. *(Zwischenruf der Abg. Doppelbauer.)* Das ist in Summe ein Mehrwert von 60 bis 70 Millionen Euro pro Jahr. *(Beifall bei der ÖVP.)*

Meine sehr geehrten Damen und Herren! Wenn wir jetzt das erste Mal seit 1995 die Agrarmarketingbeiträge novellieren, dann entspricht das einer Neuregelung. Es sind einige Bereiche dazugekommen, in einigen Bereichen wurde der Marketingbeitrag gesenkt, in manchen auch erhöht. Das kann ganz klar festgehalten werden. Ganz wichtig ist aber: Diese Beiträge sind enorm wichtig – ich habe es bereits gesagt – wegen der Wertschätzung und wegen der Wertschöpfung. Vor allem aber werden die Bereiche separat abgerechnet, das heißt, jeder Euro, der aus der Fläche kommt, wird auch wieder für die Fläche aufgewendet.

Meine Damen und Herren, ich darf noch einen kleinen Vergleich bringen, weil wir immer über das Werbebudget reden: Die drei größten Handelsketten haben ein Werbebudget von 500 Millionen Euro – 500 Millionen Euro, meine Damen und Herren! –, die AMA-Marketing hat ein Werbebudget von 9,2 Millionen Euro. *(Abg. Leichtfried: Die Frau Rechnungshofpräsidentin wäre da!)* Im Vergleich ist das nur ein kleines Budget gegen die drei großen Lebensmittelketten, aber damit wird eine große Wirkung erzielt. Das ist wertvoll für die Landwirtschaft, wertvoll für die Konsumentinnen und Konsumenten. Bei keinem anderen Gütesiegel sind

die Bekanntheit und das Vertrauen so stark ausgeprägt, wie beim AMA-Gütesiegel, und das auch zu Recht. *(Beifall bei der ÖVP.)*

Das AMA-Gütesiegel sichert somit Transparenz und trägt auch zur Herkunftssicherung bei, und das im Sinne der Bäuerinnen und Bauern, aber auch im Sinne der Konsumentinnen und Konsumenten. Ich lade auch die Kolleginnen und Kollegen der Opposition ein: Bekennt euch zum AMA-Gütesiegel, bekennt euch zur österreichischen Landwirtschaft, bekennt euch zu den landwirtschaftlichen Betrieben in Österreich, denn nur so können wir unsere kleinstrukturierte Landwirtschaft erhalten, nur so können wir gemeinsam das AMA-Gütesiegel weiterentwickeln und nachhaltig als das Gütesiegel in Österreich für die Herkunft aus Österreich absichern. Es ist ein gutes Gütesiegel, und darum: Bekennt Sie sich dazu! *(Beifall bei der ÖVP. – Abg. Strasser: Bravo!)*

18.06

Präsident Mag. Wolfgang Sobotka: Zu Wort gemeldet ist Abgeordneter Köchl. – Bitte.