

15.56

Bundesrat Andreas Lackner (Grüne, Steiermark): Herr Präsident! Sehr geehrte Frau Minister! Werte Kolleginnen und Kollegen! Geschätzte Zuseherinnen und Zuseher! Die Möglichkeit zur Abhaltung von Sitzungen der AMA-Gremien per Videokonferenz ist eine Reform, die in Zeiten wie diesen natürlich sinnvoll und notwendig ist.

Die Agrarmarkt Austria und die AMA-Marketing sind dafür da, einerseits die GAP-Fördergelder an die Betriebe auszuzahlen – was übrigens morgen, am Donnerstag, passieren wird –, und andererseits ist eine Kernaufgabe der AMA, den Absatz landwirtschaftlicher Produkte aus Österreich zu fördern und diesen zu unterstützen.

Die AMA selbst erhält auch Fördergelder aus den GAP-Mitteln, und davon gar nicht so wenig: 2019 bekam die AMA ungefähr 33,5 Millionen Euro und die AMA-Marketing circa 1,68 Millionen Euro aus GAP-Mitteln. Da stellt sich jetzt die Frage: Werden diese Gelder und jene Gelder, die zusätzlich von den Bäuerinnen und Bauern kommen, auch für die bäuerlichen Betriebe eingesetzt? (*Bundesrat **Schennach**: Ihr seid da ja ...!*)

Meiner Meinung nach ist da noch viel Luft nach oben, wenn ich zum Beispiel an die von der AMA entwickelte Farbkarte für Kalbfleisch denke. Diese besagt, je heller das Fleisch, desto besser und höherwertig – und damit verbunden auch höherpreisig – ist es.

Was bewirkt das? – Das bewirkt, dass Kälber und Rinder, die noch auf einer Wiese oder Weide gehalten werden, dort stehen, dass Tiere, die tierwohlgerecht mit Raufutter gefüttert werden, nach diesem Farbschema nicht der höchsten Qualität entsprechen. (*Bundesrat **Schennach**: Entschließungsantrag einbringen!*) Das ist doch in Wahrheit ein Witz – und das vor dem Hintergrund, dass wir in Österreich mit Billigimporten von hellem Kalbfleisch zum Beispiel aus Holland überschwemmt werden, unsere Kälber in Österreich kaum mehr verkaufen können und sie teilweise in Lebetiertransporten unter schrecklichen Umständen zum Beispiel in den Nahen Osten exportieren!

Das muss aufhören! Dazu braucht es eine Reihe von Maßnahmen, wie zum Beispiel eine verpflichtende Herkunftskennzeichnung in der Gastronomie, ein Förderprogramm für heimische Rinderrassen und so weiter. Was dabei sicher nicht hilfreich ist, ist diese Farbkarte der AMA. (*Zwischenruf des Bundesrates **Schennach**.*)

Oder: Wir alle kennen die Werbespots der AMA-Marketing im Fernsehen, da sieht man Bäuerinnen und Bauern und verarbeitende Betriebe, wie zum Beispiel Molkereien. Was aber nie zu sehen ist, ist, wie Konsumentinnen und Konsumenten direkt bei den Bäuerinnen und Bauern einkaufen – komisch! Dabei bietet gerade die

Direktvermarktung viele Chancen für die bäuerlichen Betriebe: Sie stärkt die KundInnenbeziehung und bietet hohe heimische Qualität. Was spricht also dagegen, die Direktvermarktung auch zu bewerben?

Ich mache es kurz: Es ist viel Luft nach oben – Luft nach oben für Engagement für bäuerliche Betriebe. – Danke. *(Beifall bei den Grünen und bei BundesrätInnen der ÖVP.)*

15.59

Vizepräsident Mag. Christian Buchmann: Zu Wort gemeldet ist Frau Bundesministerin Elisabeth Köstinger. – Bitte, Frau Bundesministerin.