

14.57

Bundesrätin Elisabeth Wolff, BA (ÖVP, Wien): Sehr geehrte Frau Präsidentin! Sehr geehrter Herr Minister! Werte Kolleginnen und Kollegen! Werte Zuseherinnen und Zuseher! Wer von Ihnen achtet beim Einkauf im Supermarkt auf den Kauf heimischer Lebensmittel? (*Bundesrät:innen von ÖVP, SPÖ und Grünen heben die Hand. – Bundesrat **Buchmann**: Selbstverständlich!*)

Beim Einkauf im Supermarkt ist der Wunsch der Kunden oft, regionale Speisen beziehen zu können, und ein Garant hierfür ist das AMA-Gütesiegel. (*Rufe bei der SPÖ: Nein! Nein! Nein! – Bundesrat **Steiner**: Definitiv nicht!*) 94 Prozent der Bevölkerung vertrauen diesem und schätzen es. Daran sieht man die breite Wirkung des Gütesiegels. Beim Fleisch zum Beispiel kann man sicher sein: Sobald es mit dem rot-weiß-roten AMA-Gütesiegel versehen ist, stammt es von einem Tier, das in Österreich geboren, aufgezogen, geschlachtet und verarbeitet wurde.

Wir novellieren mit dem heutigen Beschluss das AMA-Gesetz, ein Gesetz, das schon nach dem Beitritt Österreichs zur EU maßgeblich dazu beigetragen hat, die Verunsicherung der heimischen Bäuerinnen und Bauern zu mildern, und wesentliche Grundsätze definiert hat. Aufbauend darauf wurde das AMA-Gütesiegel entwickelt, um unsere heimischen Produkte zu bewerben und den Absatz zu fördern. Wo das AMA-Gütesiegel drauf ist, ist Österreich drin.

Es ist also ein sehr erfolgreiches Konzept, in dem nun aber auch die eine oder andere Änderung vollzogen wird. Bisher waren die Mitgliedsbeiträge der AMA produktbezogen. Das bedeutet, die Bäuerinnen und Bauern haben die Beiträge über die Produkte bezahlt. Die Beiträge kamen dabei hauptsächlich aus der Milchwirtschaft. Auf Empfehlung des Rechnungshofes kam es dazu, dass man das System überdacht hat. Daher wird von einem produktbezogenen Beitragssystem auf ein Zweisäulensystem gewechselt. Somit werden sowohl produktbezogene als auch flächenbezogene Aspekte berücksichtigt. Der Beitrag für Milch und Fleisch wird gesenkt, während ein Flächenbeitrag erhoben wird,

um auch die Ackerkulturen miteinzubinden. Es kommt also im Großen und Ganzen zu einem ausgeglicheneren System.

Die AMA-Marketingbeiträge wurden seit ihrer Einführung im Jahr 1995 inhaltlich und in ihrer Höhe bis heute weitestgehend unverändert fortgeführt. Mit meinem Bundesratskollegen Silvester Gfrerer habe ich auch ein paar Gespräche geführt. Er würde sagen: Das einzig Beständige ist die Veränderung. Und: Wer nicht wirbt, der stirbt. Das sind vielleicht zwei einfache Sprüche, aber sie sind einfach auch wahr. Deswegen ist es wichtig, dass wir das AMA-Gütesiegel immer wieder anpassen und zur Vermarktung unserer heimischen Lebensmittel auch nutzen.

Das bisherige Budget wird sich mit der durch diese Gesetzesänderung gegebenen Umstellung von 19 Millionen Euro um rund ein Drittel erhöhen. Wenn man sich zum Beispiel anschaut: Die drei größten Supermarktketten Österreichs haben ein Marketingbudget von 480 Millionen Euro, und jeder kennt das Ja!-Natürlich-Schweinderl. Das AMA-Gütesiegel hingegen ist das einzige Instrument, das aus bäuerlicher Hand stammt und somit unsere Lebensmittelproduktion realistisch darstellt, ohne es, wie andere Werbeträger das tun, zu romantisieren.

Ein weiterer Punkt, den wir angehen, ist, dass wir zukünftig auch Brot und Gebäck in das AMA-Gütesiegelsystem mitaufnehmen. Es wird nun erstmalig die Herkunft des Getreides bis zum Anbau zurück verfolgbar sein. Bisher wurde ab der Mühle gemessen, von wo das Getreide herkommt, ab sofort kann man wirklich an der gesamten Wertschöpfungskette entlang zurückverfolgen, von wo das Getreide in unserem Gebäck herkommt. Wir können dann also auch sicher sein, dass es zu 100 Prozent aus Österreich kommt.

Bei rund 50 Kontrollen am Tag in Österreichs Betrieben, wie heute auch schon angesprochen wurde, ist es also nicht nur ein Dahergerede, dass wir beste österreichische Qualität im Supermarkt haben, sondern es wird auch nach strengsten Standards und regelmäßig kontrolliert.

Eines möchte ich zum Schluss noch sagen: Ich denke, wir haben in der Politik schon die Verpflichtung, die Versorgungssicherheit in unserem eigenen Land sicherzustellen. Grundvoraussetzung dafür ist, dass wir unsere eigene Landwirtschaft fördern und stärken, nicht runtermachen und schlechtreuen. Mit der AMA-Marketing leisten wir einen enormen Beitrag dazu, der auch in Zahlen bestätigt wird. Ich wiederhole: 94 Prozent schätzen und vertrauen dem AMA-Gütesiegel. Deswegen lade ich alle Parteien heute hier ein, mit uns mitzustimmen, damit es zum Schluss nicht heißt: Er stirbt, weil er nicht wirbt. – Vielen herzlichen Dank. *(Beifall bei der ÖVP.)*

15.02

Präsidentin Korinna Schumann: Zu Wort gemeldet ist Herr Bundesrat Bernard. – Bitte, Herr Bundesrat.