

---

**9203/AB XXIV. GP**

---

**Eingelangt am 21.11.2011**

**Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.**

BM für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft

## Anfragebeantwortung

NIKOLAUS BERLAKOVICH

Bundesminister



lebensministerium.at

An die  
Frau Präsidentin  
des Nationalrates  
Mag.<sup>a</sup> Barbara Prammer  
Parlament  
1017 Wien

ZI. LE.4.2.4/0141 -I 3/2011

Wien, am 18. NOV. 2011

Gegenstand: Schriftl. parl. Anfr. d. Abg. z. NR Harald Jannach, Kolleginnen und Kollegen vom 21. September 2011, Nr. 9316/J, betreffend bezahlte Anzeige in der Wochenzeitung „News“

Auf die schriftliche parlamentarische Anfrage der Abgeordneten Harald Jannach, Kolleginnen und Kollegen vom 21. Oktober 2011, Nr. 9316/J, teile ich Folgendes mit:

Zu Frage 1:

Für gegenständliche Medienkooperation mit der Verlagsgruppe NEWS entstanden dem Lebensministerium Kosten in Höhe von 18.522,-- Euro (inkl. gesetzl. Steuern).

Zu Frage 2:

Keine Genuss Region war an der Beilage finanziell beteiligt.

**Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.**

Zu Frage 3:

Die AMA Marketing ist eine eigenständige Gesellschaft, die selbständig agiert. Dem Lebensministerium liegen zu Ausgaben im Bereich Öffentlichkeitsarbeit keine Zahlen vor.

Zu den Fragen 4 bis 6:

Für die Beilage erfolgte weder eine Unterstützung seitens der EU noch wurden Fördergelder aus dem Programm „Ländliche Entwicklung“ dafür lukriert.

Zu Frage 7:

Die Initiative zu dieser Beilage erging durch die Verlagsgruppe NEWS als Herausgeber der Beilage. Für das Lebensministerium bietet sie das passende Umfeld für Bewusstseinsbildung für regionale Lebensmittel. Die Kosten für den erbrachten Leistungsumfang sind angemessen.

Zu Frage 8:

Mit gegenständlicher Broschüre sollen die Bürgerinnen und Bürger auf die umfassenden Leistungen der Landwirtschaft aufmerksam gemacht werden. Es soll auf die Bedeutung der bäuerlichen Arbeit in den verschiedensten Bereichen und damit der Grundlagensicherung unseres Lebens hingewiesen werden.

Damit wird eine Imagesteigerung für die österreichischen Bäuerinnen und Bauern als Garanten für hohe Lebensmittelqualität, Erzeugung von umweltgerechten Produkten, ökonomisches Wirtschaften sowie Pflege der Landschaft erreicht.

Ziel ist es weiters, die Konsumentinnen und Konsumenten zu motivieren, regional produzierten Produkten den Vorzug zu geben und damit durch kurze Transportwege auch einen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten.

Der Bundesminister: