

XXIV. GP.-NR

11083 /J
20. März 2012**ANFRAGE**

des Abgeordneten Huber
Kolleginnen und Kollegen
an den Bundesminister für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft

betreffend **Darstellung der Agrarmarketingbeiträge in den Tätigkeitsberichten der AMA Marketing GesmbH contra den Berichten des Vorstandes**

Sowohl der Vorstand der AMA als auch die Tochtergesellschaft AMA Marketing GesmbH publizieren ihre Tätigkeit in jährlichen Berichten.

Als besonders exemplarisch über die unterschiedliche Art der gewählten Berichtslegung fällt hier der Bericht aus dem Jahr 2009 ins Auge. Aber auch im Jahr davor und im Bericht des Jahres 2010 erfolgte die Publikation der Zahlen aufgrund einer vollkommen unterschiedlichen Datenbasis.

So zeigt der Vergleich der tatsächlich erlösten Beiträge im Jahr 2008 mit den tatsächlich erlösten Beiträgen im Berichtsjahr 2009 im „Bericht des Vorstandes für das Jahr 2009“ folgendes Ergebnis:

Produkt	Beitrag 2008 (1.1.-31.12.2008) tatsächlich erlöst in EUR (gerundet)	Beitrag 2009 (1.1.-31.12.2009) tatsächlich erlöst in EUR (gerundet)	Abweichung in EUR
Milch	8.294.000,00	8.151.000,00	- 143.000,00
Rinder	2.170.000,00	2.107.000,00	- 63.000,00
Schweine	4.750.000,00	4.125.000,00	- 625.000,00
Kälber	100.000,00	86.000,00	- 14.000,00
Schafe, Lämmer	92.000,00	79.000,00	- 13.000,00
Schlachtgeflügel	453.000,00	521.000,00	+ 68.000,00
Legehennen	626.000,00	590.000,00	- 36.000,00
Obst	761.000,00	699.000,00	- 62.000,00
Gemüse	585.000,00	653.000,00	+ 68.000,00
Kartoffeln	312.000,00	353.000,00	+ 41.000,00
Gartenbauerzeugnisse	324.000,00	362.000,00	+ 38.000,00
Weinbau	2.504.000,00	2.585.000,00	+ 81.000,00
Weinhandel	972.000,00	998.000,00	+ 26.000,00
Summe	21.943.000,00	21.309.000,00	- 634.000,00
davon für Wein-Marketing	3.476.000,00	3.583.000,00	+ 107.000,00
davon für AMA-Marketing	18.467.000,00	17.726.000,00	- 741.000,00

Dem gegenüber steht der Tätigkeitsbericht der AMA Marketing GesmbH, ebenfalls aus dem Jahr 2009 mit folgender Darstellung:

BUDGET



AGRARMARKETINGBEITRÄGE 2009 (IN EURO)			
Produkt	Satz in Euro	Einheit	Beitragserklärungen 2008 (inkl. im Jahr 2008 erklärte Beiträge aus Vorperioden) in Tsd. Euro
Milch	0,00	t	8.102,70
Rinder	0,70	Stück	1.438,30
Schweine	0,75	Stück	3.277,80
Kälber	1,10	Stück	77,00
Schafe/Lämmer	0,75	Stück	74,50
Geflügel	0,40	100 kg	488,30
Eier	4,40	100 Stück Legehennen	517,30
Obst	73,00	ha	668,70
Gemüse	*	*	579,10
Kartoffeln	29,50	ha	308,70
Blumen/Zierpflanzen	1,50	je 10 Flächeneinheiten / **	291,10
Gesamt			15.823,50

* 727,00 je ha Glashaus, 509,00 je ha Folienhaus, 94,50 je ha Frischmarktgemüse intensiv, 47,50 je ha Frischmarktgemüse extensiv, 36,50 je ha Einlegegurken und 15,00 je ha Verarbeitungsgemüse.
 ** Flächeneinheit bei Schnittblumen, Zierpflanzen oder deren Pflanzgut: 10 m² Freiland, 2 m² Niederglasflächen, 1 m² Gewächshaus oder beheizbares Folienhaus; bei Zier- und Nutzgehölz oder deren Pflanzgut: 20 m² Freiland.

Das bedeutet, obwohl die tatsächlich erlösten Beiträge aus den Jahren 2008 und 2009 der Agrarmarkt Austria bereits hinlänglich bekannt waren, operiert die Tochter in ihrem Tätigkeitsbericht 2009 mit Zahlen aus den Beitragserklärungen der Landwirte, die höchstens aus einem Forecast des Jahres 2008 stammen können.

Aus diesem Grund stellen die unterfertigten Abgeordneten an den Herrn Bundesminister für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft nachstehende

Anfrage:

1. Hat die AMA Marketing eine Finanzabteilung, wenn ja, was ist ihre Aufgabe?
2. Gibt es in der AMA Marketing einen vorläufigen jährlichen Finanzabschluss, wenn ja, wann liegt dieser vor, wenn nein warum nicht?
3. Gibt es in der AMA Marketing einen jährlichen Finanzabschluss, wenn ja, wann liegt dieser vor, wenn nein warum nicht?
4. Werden die Daten des vorläufigen Finanzabschlusses an die AMA weitergeleitet, wenn ja, wann, wenn nein warum nicht?

5. Werden die Daten des Finanzabschlusses an die AMA weitergeleitet, wenn ja, wann, wenn nein warum nicht?
6. Warum ist die AMA in der Lage in ihrem Bericht des Jahres 2009 die tatsächlich erlösten Beiträge aus den Jahren 2008 und 2009 zu publizieren?
7. Warum ist die AMA- Marketing nicht in der Lage in ihrem Bericht des Jahres 2009 die tatsächlich erlösten Beiträge aus dem Jahr 2008 zu publizieren?
8. Können Sie ausschließen, dass diese Berichtslegung aus dem Grund so erfolgt ist, dass die Einnahmen die – vergleicht man die Berichte der letzten Jahre miteinander – immer höher waren als prognostiziert nicht so ersichtlich sein sollten? Wenn ja, warum?
9. Werden Sie hier eine Änderung in der Darstellung der beiden Berichte fordern, wenn ja wann und welche Änderung soll hier erfolgen, wenn nein, warum nicht?

Dr. Huber
Dr. Storz
Dr. Seel
Dr. ...
Dr. ...