

XXIV. GP.-NR
8214 /J
- 1. April 2011

Anfrage

der Abgeordneten Erwin Preiner und GenossInnen
an den Bundesminister für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft
betreffend SUS-Siegel für Schweinefleisch

Als "Begleiter vom Stall bis zur Theke" wird das von der AMA Marketing entwickelte und seit kurzem in Betrieb befindliche Kennzeichnungssystem für Schweinefleisch "sus" charakterisiert. *"Dabei können Kriterien der Herkunft, Qualität und/oder Produktionsweise abgesichert werden und umfassen die gesamte Wertschöpfungskette"* ist in der AMA-Pressemitteilung vom 2.3.2011 nachzulesen.

Die Frage, wo und vor allem wie Lebensmittel bzw. dessen wertbestimmende Rohstoffe produziert wurden, ist für viele KonsumentInnen ein wichtiges Entscheidungskriterium beim Einkauf. Allerdings ist "sus" mangels Erfüllung der dafür vorgesehenen Mindestkriterien kein Gütezeichen, sondern als klassische Werbung einzustufen. Mit dem "sus"-Siegel können sich Schweinebauern Herkunft, Qualität oder eine bestimmte Produktionsweise ihrer Waren bestätigen lassen; die Teilnahme am "sus"-System ist freiwillig; wird neben der verpflichtenden Herkunftsangabe bei Fleisch (künftige EU-Informationsverordnung) keine weitere Information als die Herkunft angeführt, so stellt sich die Frage nach dem Mehrwert des "sus"-Systems für die KonsumentInnen.

Die unterzeichneten Abgeordneten richten an den Bundesminister für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft dazu nachstehende

Anfrage:

1. Das "sus"-System ist ein Kennzeichnungs- und Registrierungssystem für Schweinefleisch mit näheren Angaben zur Herkunft, Qualität und/oder Produktionsweise. Neben der Herkunft können auch einzelne Angaben zur Qualität (z.B. pH-Wert) und zur Produktionsweise (z.B. Freilandhaltung,

Gentechnikfreiheit) oder zu Markenprogrammen (z.B. Tullnerfelder Schwein) abgesichert werden. Bei den Produktionsweisen finden sich in der "sus"-Richtlinie zwar Begriffe wie „Bio“, „Alpung“ bzw. „Almhaltung“ oder „Freilandschwein“ bzw. „Weideschwein“, aber keine detaillierten Kriterien zu gentechnikfreie Fütterung bzw. Massentierhaltung. Ist eine Erweiterung der Kriterien angedacht?

2. Wer wird als die in den "sus"-Richtlinien genannte vom Lizenzgeber beauftragte unabhängige Kontrollstelle fungieren?
3. Mit "sus" besteht ein System, das die Herkunftskennzeichnung auf allen Stufen durch entsprechende Kontrollen absichert; die "sus"-Richtlinie führt dabei Eigenkontrollen (Lizenznehmer), externe Kontrollen (Kontrolldienst Schlachtbetrieb) und Überkontrollen (AMA, unabhängige Kontrollstelle) an. Bei den Überkontrollen ist als Kontrollfrequenz eine Stichprobenbasis gemäß Risikoanalyse angeführt. Wie viele Kontrollen sind diesbezüglich pro Jahr geplant? Zu welchen Konsequenzen führten Beanstandungen – außer dass das Schweinefleisch nicht mehr mit den Angaben etikettiert werden darf?
4. Mögliche Systemteilnehmer von sus sind Schlacht-, Zerlege-, Großhandels- und Einzelhandelsunternehmen; derzeit nehmen laut AMA rund 30 heimische Betriebe und Unternehmen an "sus" teil. Wie viele Schlacht-, Zerlege-, Großhandels- und Einzelhandelsunternehmen wären insgesamt mögliche Systemteilnehmer?
5. *„sus“ ist ein reines Absicherungssystem, bei dem das jeweilige Kriterium oder die jeweiligen Kriterien vom Lizenznehmer selber gewählt wird/werden* – die ProduzentInnen können bei "sus"-selber wählen, was sie sich bestätigen lassen. Wenn neben der Herkunft keine zusätzlichen Informationen ersichtlich sind: wo liegt angesichts der vorgesehenen verpflichtenden Herkunftsangabe bei Fleisch durch die EU-Informationsverordnung der zusätzliche Nutzen für die KonsumentInnen?
6. Wie hoch waren die Vorlaufkosten für die Implementierung des „sus“-Zeichens auf Seiten der AMA Marketing insgesamt und wer kam dafür auf? (bitte um

genaue Auflistung und Trennung der dafür aufgewendeten AMA-Marketinggelder nach Bauern – Schweinehalter und sonstigen AMB-Pflichtigen)

7. Wie hoch sind die Mittel, die für „sus“ für die generische AMA-Absatzwerbung 2011- 2013 vorgesehen sind?
8. Wie hoch sind die Mittel, die für das „AMA-Gütesiegel“ in den nächsten Jahren (2011-2013) für die generische AMA-Absatzwerbung im Bereich Schweinefleisch vorgesehen sind?
9. Wieviel Mittel sind für das „AMA-Biozeichen“ in den nächsten Jahren (2011-2013) für die generische AMA-Absatzwerbung im Bereich Schweinefleisch vorgesehen?
10. Welche Überlappungen – auch finanzieller Natur – gibt es in der AMA-Absatzwerbung zwischen „sus“, AMA-Gütesiegel Schweinefleisch, AMA-Biozeichen Schweinefleisch und wie hoch sind die Gesamtmittel für die Jahre 2011 bis 2013?

Erwin
John
Adel