

17.09

Abgeordneter Ing. Josef Hechenberger (ÖVP): Geschätzter Herr Präsident! Geschätzter Herr Bundesminister! Geschätzte Kolleginnen und Kollegen! Geschätzte Besucherinnen und Besucher hier und auch zu Hause! Ich darf heute von dieser Stelle aus ganz herzlich die Innungsmeister der Sparte Gewerbe und Handwerk begrüßen – herzlich willkommen! *(Beifall bei der ÖVP, bei Abgeordneten der FPÖ sowie der Abg. Fischer.)*

Geschätzte Kolleginnen und Kollegen, in der letzten Sitzung des Landwirtschaftsausschusses haben wir uns sehr intensiv mit dem Thema AMA-Marketing und AMA-Gütesiegel auseinandergesetzt. Ich denke, eines ist sehr wichtig: Wenn man über Themen diskutiert, dann muss man ein bisschen in die Vergangenheit zurückblicken und schauen, wie etwas entstanden ist.

Wir wissen, als Österreich der Europäischen Union beigetreten ist *(Zwischenruf bei der SPÖ – Abg. Doppelbauer: Ist halt schon ein paar Jahre her!)*, hat man das AMA-Gesetz mit dem Gütesiegel und dem Marketing beschlossen. Das Positive ist: Das AMA-Gütesiegel ist im Besitz aller Österreicherinnen und Österreicher, weil im Verwaltungsrat alle Interessenvertretungen drinnen sind – von der Arbeiterkammer über die Wirtschaftskammer bis hin zur Landwirtschaftskammer –, und es sitzen auch – ich denke, das ist wichtig zu erwähnen, weil wir gerade in der Ausschusssitzung davor das Thema Konsumentenschutz diskutiert haben – Konsumentenschützer im Verwaltungsrat und definieren so die Standards für das AMA-Gütesiegel mit.

Ich glaube, dass das eine gute, breite Basis ist, weil zum Beispiel der Lebensmitteleinzelhandel – und immerhin sind 85 Prozent des Lebensmitteleinzelhandels im Besitz von drei Konzernen – jährlich rund 500 Millionen Euro ins Marketing, in die Werbung investiert; das AMA-Gütesiegel hat lediglich 9,2 Millionen Euro zur Verfügung. Ich denke, es ist besonders wichtig, dass wir da als Interessenvertreter mitgestalten können. Da ist man, glaube ich, auf einem guten Weg. *(Beifall bei der ÖVP.)*

Wir haben nämlich vor Kurzem das AMA-Gesetz bezüglich Marketing geändert, weiterentwickelt. Wir setzen jetzt auf ein duales System, auf ein produkt- und flächenbezogenes Einhebungssystem, das heißt, man geht her und sagt, man nimmt zukünftig in der Beitragseinhebung auch Flächen mit. Somit schaffen wir es, dass wir auch Brot und Gebäck mit dem AMA-Gütesiegel ausstatten können. Somit können alle Lebensmittel, die von österreichischen Bäuerinnen und Bauern produziert werden, mit dem AMA-Gütesiegel ausgestattet werden. Das ist für die Konsumentinnen und Konsumenten ein Signal, dass man letztendlich auch regional, aus sicherer Herkunft einkaufen kann.

Ich möchte an dieser Stelle, weil Kollegin Ecker die verstörenden Bilder angeschnitten hat – keine Frage, diese verstörenden Bilder schmerzen jeden, auch jeden Bauern –, schon eines dazu sagen: 99,9 Prozent unserer Bauernfamilien produzieren im Einklang mit den Tieren, bemühen sich jeden Tag um das Tierwohl. Da ergeht wirklich mein großer Dank an unsere Bauernfamilien für ihren fleißigen und unendlichen Einsatz. *(Beifall bei der ÖVP.)*

Ich denke, was auch sehr positiv ist, ist: Man hat es in den letzten 25 Jahren geschafft, das AMA-Gütesiegel so zu etablieren, dass es bereits bei über 90 Prozent der Konsumentinnen und Konsumenten in den Köpfen gespeichert ist und wesentlich zur Kaufentscheidung beiträgt.

Mir ist auch eines wichtig, was, glaube ich, dazugesagt werden muss: Wir wissen, Vertrauen ist die härteste Währung, die es gibt, und aus diesem Grund setzt man vonseiten der AMA verstärkt auf Kontrollen. Es gibt – ihr müsst euch das vorstellen! – 60 Kontrollen am Tag, das heißt, jede halbe Stunde ist eine Kontrolle auf einem Betrieb. Natürlich fordert das die Bauernfamilien extrem, aber letztendlich sichert das auch, dass wir entsprechend tierwohlgerecht und standortangepasst produzieren können.

Für die Zukunft ist, glaube ich, eines wichtig: Wir wollen einfach das AMA-Gütesiegel weiterentwickeln, am AMA-Gütesiegel, das uns Österreicherinnen und Österreichern gehört, festhalten. Das ist unser Gütesiegel, das vom Strohschwein bis hin zu verschiedenen anderen Aspekten geht, die wir in der

Lebensmittelproduktion weiterentwickeln können und müssen, und daran ist, denke ich, festzuhalten, das Vertrauen darin ist weiterzuentwickeln. Was auch wichtig ist, ist, so denke ich, dass am Ende durch das Gütesiegel auch mehr Wertschöpfung auf den bäuerlichen Familienbetrieben geschaffen wird. *(Beifall bei der ÖVP.)*

Letztendlich sind es nämlich die bäuerlichen Familienbetriebe, die uns jeden Tag mehrmals die Lebensmittel zur Verfügung stellen und so den Tisch reichhaltig mit Lebensmitteln aus nachhaltiger Produktion – umweltgerecht, tierwohlgerecht – decken. Deshalb noch einmal ein Danke an die Bauernfamilien, aber auch ein großes Danke an unsere Konsumentinnen und Konsumenten, die beim Griff ins Regal über die Zukunft der Landwirtschaft entscheiden.

Das AMA-Gütesiegel soll einen Beitrag leisten, dass es eine gemeinsame Zukunft gibt, eine gute Zukunft für die Landwirtschaft und für unsere Konsumentinnen und Konsumenten gibt. Deshalb noch einmal ein Danke an die Mitarbeiter des AMA-Marketing, die aus meiner Sicht einen guten Bericht vorgelegt haben und auch extrem bemüht sind, das AMA-Gütesiegel, das AMA-Marketing positiv weiterzuentwickeln. – Herzlichen Dank. *(Beifall bei der ÖVP sowie der Abg. Fischer.)*

17.15

Präsident Mag. Wolfgang Sobotka: Zu Wort gemeldet ist Abgeordneter Schmiedlechner. – Bitte, Herr Abgeordneter. *(Abg. Lopatka: Na, jetzt kommt er! Jetzt wird es spannend!)*