

Beitragsbasis beim Agrarmarketingbeitragssystem passiert Landwirtschaftsausschuss

Eine Novelle des AMA-Gesetzes passierte heute den Landwirtschaftsausschuss. Damit sollen künftig alle landwirtschaftlichen Produzenten durch eine Umgestaltung des Marketingbeitragssystems der Agrarmarkt Austria (AMA) ab 1. Jänner 2023 zur Finanzierung der AMA-Maßnahmen beitragen. Die Anträge der Opposition wurden vertagt und abgelehnt.



Durch eine Umgestaltung des Marketingbeitragssystems der AMA sollen ab 1. Jänner 2023 alle landwirtschaftlichen Produzenten zur Finanzierung der AMA-Maßnahmen beitragen. Mit der Novelle des AMA-Gesetzes reagiert die Bundesregierung auf eine Empfehlung des Rechnungshofs, die Aufbringung der Mittel auf eine breitere Basis zu stellen (**1792 d.B.**). Dies erfolgt durch die Einführung eines allgemeinen Flächenbeitrags neben den bisherigen produktbezogenen Beiträgen.

**AMA-Gesetz: Erweiterung der Beitragsbasis
beim Agrarmarketingbeitragssystem**

Der Agrarmarketingbeitrag wird für Maßnahmen zur Verbraucher:innen-Information und insgesamt zur Förderung des Vertriebs und Absatzes von land- und forstwirtschaftlichen Produkten im In- und Ausland eingesetzt. Die dafür nötigen Agrarmarketingbeiträge verteilten sich bisher ungleich auf die Produktionsbereiche, kritisierte der Rechnungshof. Künftig sollen alle Landwirt:innen mit mindestens 1,5 ha landwirtschaftlicher Fläche in die Agrarmarketing-Beitragspflicht fallen.

Dazu soll es einen neuen allgemeinen Basisbeitrag bezogen auf landwirtschaftliche Flächen (außer Weinflächen) neben den bisherigen produktbezogenen Beiträgen (für Milch, geschlachtete Tiere, Eier, Gemüse, Obst, Gartenbauerzeugnisse und Wein) geben. Durch Anknüpfung an die bei flächenbezogenen Fördermaßnahmen bereits erhobenen Flächen, sollen der Verwaltungsaufwand und die Kosten der Einhebung niedrig bleiben. Bei der Festsetzung der Beitragshöhe wird es künftig fixe Beitragssätze je Bezugseinheit geben.

So wird etwa der Beitrag pro Hektar landwirtschaftlicher Fläche 5,00 € betragen. Im Gegenzug soll in einigen Sektoren eine Reduktion der produktbezogenen Beiträge erfolgen, wie etwa pro Tonne Milch von 3,00 € auf 2,20 € oder pro Schlachtrind von 3,70 € auf 2,70 €.

Die Novelle des AMA-Gesetzes wurde mit der Stimmenmehrheit von ÖVP und Grünen angenommen. Während ÖVP und Grüne die Chance durch die Novelle hervor hoben, kritisierten die Oppositionsfraktionen die zusätzliche Belastung der Landwirtschaft.

FPÖ: „versteckte Grundsteuer“

Zwar seien in dem Landwirtschaftsausschuss auch Erleichterungen vorgesehen, diese seien aber nur ein Tropfen auf den heißen Stein, denn tatsächlich käme es durch diese Gesetzesänderung zur Einführung einer versteckten Grundsteuer zulasten unserer hart arbeitenden Landwirte.

„Entsprechend des Gesetzesentwurfs der schwarz-grünen Bundesregierung sollen daher künftig alle Landwirte in die Agrarmarketing-Beitragspflicht fallen, die über mindestens 1,5 Hektar landwirtschaftliche Fläche verfügen“, erklärte der freiheitliche Nationalratsabgeordnete Alois Kainz und weiter: „Das heißt, zu den bereits bestehenden produktbezogenen Beiträgen kommt nun auch ein Basisbeitrag auf die landwirtschaftlichen Flächen hinzu.“

SPÖ „zu kurze Begutachtungsfrist“

Die zu kurze Begutachtungsfrist angesichts der umfangreichen Inhalte kritisierte Cornelia Ecker (SPÖ). Die kurze Frist sei notwendig gewesen, um die Maßnahmen 2023 starten zu können, entgegnete der Landwirtschaftsminister Totschnig.

Kritik übte Ecker auch daran, dass Schweine aus Vollspaltenhaltung weiterhin das AMA-Gütesiegel erhalten. Totschnig verwies auf das mit mehreren Zwischenschritten ab 2033 vorgesehene Aus von Vollspaltenböden im AMA-Gütesiegel. Hinsichtlich der Anzahl der Tierschutzkontrollen gebe es Handlungsbedarf, man müsse noch mehr tun, erklärte Michael Blass auf die Frage von Dietmar Keck (SPÖ) und verwies auf die vorgesehene Ausweitung dieser.

NEOS fordern Evaluierung der AMA Marketing

Die NEOS setzen sich mittels Entschließungsantrag für eine Evaluierung der AMA-Marketing durch eine unabhängige Stelle ein (**2273/A(E)**). Die Bundesregierung habe dieses Vorhaben zwar in ihrem Regierungsprogramm festgehalten, allerdings seien noch keine Schritte in diese Richtung gesetzt worden.

Geht es nach Antragstellerin Karin Doppelbauer, soll nach quantifizierbaren Kriterien geklärt werden, inwiefern die AMA-Marketing bisher ihrem Auftrag gerecht wurde und ob der

eingesetzte Mittelaufwand einen messbaren Effekt auf ihre Arbeit gehabt hat.

Grüne begrüßen Novelle

In Zeiten der Inflation, wo Konsument:innen nun öfter zu Billig- und weniger zu Qualitätsprodukten greifen, sei eine Verstärkung der Werbung positiv, begrüßte auch Clemens Stammler (Grüne) die Novelle.

Mit der Novelle werde man das AMA-Gütesiegel auch bei Brot und Gebäck etablieren und dazu zahlreiche Maßnahmen zur Absatzförderung durchführen, erklärte der Geschäftsführer der AMA-Marketing Michael Blass auf die Frage von Stammler.

Besuchen Sie uns auf: [fleischundco.at](https://www.fleischundco.at)