

Grüner Bericht 2022: Einkommenswachstum in Land- und Forstwirtschaft, AMA-Marketing und Wildschäden im Fokus

Der Grüne Bericht 2022 hebt das erhebliche Einkommenswachstum in der Land- und Forstwirtschaft hervor. AMA-Marketing verzeichnete 19,8 Mio. € aus Agrarmarketingbeiträgen, mit Deutschland als wichtigstem Exportpartner. Diskussionen im Ausschuss beleuchteten auch Spot-Audits, Transparenzinitiativen wie www.haltung.at, und die Herausforderung, hohe Tierwohlstandards bei steigendem Preisdruck aufrechtzuerhalten.



(©BML)

Einen Großteil ihrer Einnahmen - nämlich rund 19,8 Mio. € - lukrierte die AMA-Marketing 2022 aus Agrarmarketingbeiträgen. Das geht aus deren Tätigkeitsbericht für das Jahr 2022 hervor

(III-1021 d.B.), der im Ausschuss mit den Stimmen von ÖVP, Grünen und NEOS mehrheitlich zur Kenntnis genommen wurde.

Größte Beitragsgeber blieben 2022 die Bereiche Milch, Fleisch sowie Obst, Gemüse und Kartoffeln. Beim Bio-Anteil je Produktgruppe gab es mit Ausnahme von Gemüse mit 17,77 % (2021: 11,2 %) **gegenüber dem Vorjahr nur leichte Veränderungen**. Mit mehr als einem Drittel der heimischen Agrarexporte (5,9 Mrd. €) blieb Deutschland 2022 der mit Abstand wichtigste Exportpartner Österreichs. Auf den Plätzen zwei bis vier der Top-Exportländer innerhalb der EU folgen Italien, Ungarn und die Niederlande.

AMA-Marketing Qualitätssicherung und Transparenzinitiativen

Die zentrale Rolle für die praktische Umsetzung der Aufgaben der AMA-Marketing bestehe weiterhin in der Qualitätssicherung landwirtschaftlicher Erzeugnisse, betonte deren Geschäftsführerin Christina Mutenthaler-Sipek im Ausschuss.

Dazu seien 2022 insgesamt 41.258 landwirtschaftliche Betriebe im AMA-Gütesiegel-Programm eingebunden gewesen. Zur Überprüfung der Anforderungen hätten etwa 23.500 Vor-Ort-Kontrollen sowie rund 4.400 Produkt- und Rückstandsanalysen bei Lebensmitteln und agrarischen Rohstoffen stattgefunden. Zudem sei es zu 410 Nachkontrollen vor Ort gekommen. Insgesamt seien 2022 59 Betriebe aus dem Gütesiegelprogramm ausgeschlossen worden.

Nach der Veröffentlichung von Tierhaltungsmisständen habe die AMA-Marketing mit unangekündigten Kontrollen - sogenannten Spotaudits - und einer Präventions- und Bewußtseinsbildungsoffensive reagiert, so Mutenthaler-Sipek. Mit der Einrichtung der Homepage www.haltung.at setze man zudem auf verstärkte Transparenz im Bereich der Tierhaltung.

Die AMA-Marketing leiste mit dem AMA-Gütesiegel einen

wichtigen Beitrag, damit Österreich international zu den Spitzenreitern bei Tierwohl und Qualität zähle, betonte der Landwirtschaftsminister. Man wolle diese Standards sichern und gemeinsam mit der Branche weiter ausbauen. Zu den zuletzt aufgedeckten Tierhaltungsmisständen hielt Totschnig fest, dass es sich um Einzelfälle handle, die einen ganzen Berufsstand in Misskredit bringen würden. Die AMA-Marketing habe jedoch zeitnah mit verstärkten Kontrollen reagiert.

Spot-Audits und Herausforderungen bei Tierwohlstandards

Durch die aufgedeckten Tierhaltungsskandale hätten die Österreicher:innen wenig Vertrauen in das AMA-Gütesiegel, kritisierte hingegen Dietmar Keck (SPÖ). Da jedes Jahr mehr Betriebe ausgeschlossen würden, handle es sich nicht mehr nur um Einzelfälle. Katharina Werner (NEOS) konnte zwar durch die Spot-Audits den "Willen zur Verbesserung erkennen", die dafür ausgegebene Summe sei aber im Verhältnis zu den Marketingmaßnahmen zu wenig.

Clemens Stammler (Grüne) interessierte sich dafür, welche Betriebe am stärksten von den unangekündigten Spot-Audits betroffen waren. Heuer seien bereits 70 Betriebe aus dem AMA-Gütesiegelprogramm ausgeschlossen worden, wobei die meisten aus der Schweine- oder Rinderhaltung kommen würden. Drei Ausschlüsse hätten sich durch die Spot-Audits ergeben, informierte AMA-Geschäftsführerin Mutenthaler-Sipek. Martin Litschauer (Grüne) fragte, ob es seitens der AMA-Marketing Pläne gebe, auch Hülsenfrüchte aktiv zu bewerben. Dies werde spätestens 2024 der Fall sein, so die AMA-Marketing Geschäftsführerin.

Lebensmittelpreise und Gesellschaftsanforderungen

Johannes Schmuckenschlager ortete eine **große Diskrepanz**

bei den Lebensmittelpreisen. Einerseits fordere die Gesellschaft hohe Tierhaltungsstandards, andererseits würden die Kund:innen niedrige Preise verlangen. Dem konnte die AMA-Geschäftsführerin zustimmen. Viele Kund:innen würden derzeit verstärkt auf billigere Produkte zurückgreifen. Der Weg, weiterhin auf Qualität und Tierwohl zu setzen, werde aber von AMA-Seite her weiter fortgesetzt.

Im Jahr 2022 seien hohe Kosten für die europaweite Ausschreibung für die Medienagenturen der AMA-Marketing entstanden, so Mutenthaler-Sipek gegenüber Alois Kainz (FPÖ). Die Kosten für die Einrichtung der Website www.haltung.at hätten rund 37.000 € betragen, so die AMA-Chefin zu Peter Schmiedlechner (FPÖ). Der FPÖ-Mandatar fragte außerdem, warum die AMA-Marketing Inserate in der ÖVP-Bauernbundzeitung schalte und ob dies auch in anderen Parteizeitungen geschehe. Die Inserierung erfolgt laut Mutenthaler-Sipek durch eine dafür beauftragte Medienagentur. Man nutze alle Möglichkeiten, die Gütesiegelpartner gut und direkt zu informieren.

Budget 2024: Investitionen in Landwirtschaft und AMA

Der letzte Tag der Beratungen des Budgetausschusses über den Bundesvoranschlag 2024 (2178 d.B.) startete heute mit dem Kapitel Land- und Forstwirtschaft, Regionen und Wasserwirtschaft (Untergliederung 42). Für diesen Bereich sind 2024 Auszahlungen von insgesamt 3,07 Mrd. € vorgesehen (2023: 2,94 Mrd. €). Im Vergleich zum Vorjahr bedeutet dies ein Plus von 129,5 Mio. € bzw. 4,4 %. Die Mittel werden primär für die Entwicklung des ländlichen Raumes, die

16 Mio. zusätzlich für AMA

Karin Doppelbauer (NEOS) interessierte sich für die vorgesehenen Mittelsteigerungen für die AMA (Agramarkt

Austria). Auch Peter Steinlechner (FPÖ) sprach das Budget für die AMA an und kritisierte, dass die AMA "immer größer werde", obwohl sich die Zahl der landwirtschaftlichen Betriebe verringere. Für die AMA seien zusätzlich 16 Mio. € vorgesehen, der Großteil davon sei für Personalkosten und EDV-Projekte für neue Programmierungen vorgesehen, so Totschnig. Die AMA sei vorbildhaft in ganz Europa und trage zu einer nachhaltigen bäuerlichen Landwirtschaft in Österreich bei. Damit sei man am richtigen Weg.

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at