

ANTRAG

der Abgeordneten Lembacher

gemäß § 34 LGO

betreffend Stärkung des AMA Gütesiegels sowie des AMA Biozeichens bei Lebensmittel und daraus resultierende Transparenz für die Konsumentinnen und Konsumenten

zum Antrag betreffend Einführung eines überregionalen österreichischen Gütezeichens auf bundesgesetzlicher Grundlage, LT 966/A-2/34-2011

Gütesiegel vermitteln den Konsumentinnen und Konsumenten beim Einkauf von Lebensmitteln Information über Qualitätskriterien und Lebensmittelsicherheit. Da ein Trend zu erkennen ist, dass verstärkt neue Gütesiegel von nicht offiziellen Stellen geschaffen werden ist es unumgänglich eine bestehende offizielle Organisation (Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH) zu stärken um den Wildwuchs von Gütesiegeln entgegenzuwirken und bei den Konsumentinnen und Konsumenten mehr Klarheit zu verschaffen.

Die Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH (kurz AMA Marketing) wurde im Zuge des EU-Beitritts Österreichs mit der Förderung des Agrarmarketings in unserem Land betraut. Die bundesgesetzliche Grundlage dazu stellt das AMA-Gesetz 1992, BGBl. Nr. 376/1992, zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 2/2008 dar.

So verfolgt die AMA Marketing eine „Qualitätsstrategie“ zur Weiterentwicklung der Qualität bzw. der Forcierung von Lebensmitteln mit einem höheren Qualitätsstandard

sowie die Erhöhung der Lebensmittelsicherheit durch bessere Nachvollziehbarkeit der Herkunft.

Die Vorbereitung weiterer Tierfleischkennzeichnungen, die Weiterverbreitung des AMA-Biozeichens, ein weiterer Vertrauensaufbau in Bio-Lebensmittel sowie Förderung des Qualitätsbewusstseins in der Landwirtschaft durch Spezialisierung stellen weitere wichtige Ziele dieser „Qualitätsstrategie“ dar.

AMA-Marketing betreibt weiters auch eine „Genussstrategie“ und eine „Marketingstrategie“.

Das „AMA-Gütesiegel“ steht für ausgezeichnete Qualität, nachvollziehbare Herkunft und unabhängige Kontrolle. Das „AMA-Biozeichen“ dürfen nur biologisch erzeugte Lebensmittel tragen und wird streng kontrolliert.

Das „AMA-Gütesiegel“ hat einen Bekanntheitsgrad von 95%. Rund 70% der Milchprodukte und gut 30% der Fleischwaren erreichen in Österreich diese hohen Standards, sodass sie mit dem Gütesiegel ausgezeichnet werden können.

Aus diesen Zahlen ist ersichtlich, dass eine bereits gut eingeführte Organisation basierend auf einer gesetzlichen Basis in Österreich existiert, die den Konsumentinnen und Konsumenten Transparenz und Sicherheit betreffend die Lebensmittel aus Österreich vermitteln kann.

Die Gefertigte stellt daher folgenden

A n t r a g:

Der Hohe Landtag wolle beschließen:

- „1. Die Landesregierung wird ersucht, die Bundesregierung aufzufordern, geeignete Maßnahmen zu treffen, damit die bestehenden und anerkannten AMA-Gütesiegel verbindlich abgesichert werden. Die Einführung neuer gesetzlich anerkannter Gütesiegel soll unterlassen werden, damit die derzeit eindeutige und klare Information an die Konsumenten über die österreichische Herkunft und Qualität der damit ausgezeichneten Produkte nicht beeinträchtigt wird.

2. Der Antrag LT 966/A-2/34-2011 wird durch diesen Antrag gemäß § 34 LGO miterledigt.“