

Bundesministerium Land- und Forstwirtschaft,  
Regionen und Wasserwirtschaft  
zH Frau Dr. Anna Zauner  
Stubenring 1  
1010 Wien

Abteilung für Umwelt- und Energiepolitik  
Wiedner Hauptstraße 63 | 1045 Wien  
T 05 90 900DW | F 05 90 900-269  
E [up@wko.at](mailto:up@wko.at)  
W [wko.at/up](http://wko.at/up)

per E-Mail: [Abt-R1@bml.gv.at](mailto:Abt-R1@bml.gv.at)  
per Webformular: Parlamentarisches  
Begutachtungsverfahren

Ihr Zeichen, Ihre Nachricht vom  
2022-0.582.753  
25.10.2022

Unser Zeichen, Sachbearbeiter  
Up/0026/DA/Kli  
Dr. Daniela Andratsch

Durchwahl  
4274

Datum  
3.11.2022

## Bundesgesetz, mit dem das AMA-Gesetz geändert wird, Stellungnahme

Sehr geehrte Damen und Herren!

Die Wirtschaftskammer Österreich bedankt sich für die Übermittlung des Entwurfs des Bundesgesetzes, mit dem das AMA-Gesetz geändert wird und nimmt dazu wie folgt Stellung:

### I. Allgemeines

Der Entwurf sieht weitgehende Änderungen im AMA-Gesetz vor, die das AMA-Marketingbeitrags-system neu regeln wird. Der Entwurf wurde am 27.10.2022 zur Begutachtung ausgesendet. Die Frist zur Begutachtung endete am 4.11.2022. Diese außergewöhnlich kurze Frist macht eine Begutachtung unter Einbeziehung aller betroffenen Wirtschaftskreise sehr schwierig. Wir verweisen auf das Rundschreiben des Bundeskanzleramts GZ BKA-600.614/0002-V/2/2008 zur Festsetzung angemessener Begutachtungsfristen, das für den Regelfall eine Frist von 6 Wochen vorsieht.

Wir begrüßen die Einführung eines Marketingbeitrages in Form eines Flächenbeitrages für landwirtschaftliche Flächen. Damit wird die Einhebung wesentlich vereinfacht und die landwirtschaftlichen Betriebe unterstützen in Zukunft das Agrarmarketing je nach ihrer jeweiligen Größe. Der Beitrag wird mit dem System des Mehrfachantrages der Landwirtschaft (Beantragung der Direktzahlungen) automatisch abgezogen. Der Entwurf stellt damit die Umsetzung und das Ende einer längeren Diskussion dar, in die auch die Mühlenwirtschaft Österreichs zu Fragen des Getreides einbezogen war. In Gesprächen mit Vertretern der Landwirtschaft und der Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH wurde der Konsens erzielt, dass zukünftig über einen Flächenbeitrag auch erstmalig der Getreidesektor in das Aufbringungsverfahren der Marketingbeiträge einbezogen wird. Damit wird auch eine gute Lösung über die mehrere Jahrzehnte dauernde Frage der Einbeziehung des Getreidesektors in die Aktivitäten der AMA Marketing gefunden. Marketingbeiträge sollen in Zukunft auf Ebene der Erzeuger

eingehoben werden und nicht an eine wie im AMA-Gesetz ursprünglich angedachte Handelsvermahlung der Mühlen angeknüpft werden.

Wir fordern, dass der im AMA-Gesetz immer noch enthaltene Passus der „Handelsvermahlung“ mit dieser Gesetzesänderung als obsolet gestrichen wird, da der produktbezogene Beitrag nun hinlänglich durch den neuen Flächenbeitrag gedeckt wird. Damit wird auch dem Bericht des Rechnungshof BUND 2016/21 zur Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH Rechnung getragen.

## II. Im Detail

### **Zu § 21b Z 5:**

Die Begriffsbestimmung in Z 5 zu „Handelsvermahlung“ kann ersatzlos gestrichen werden, da dieser Begriff gemäß den Änderungen des Entwurfes keine Anwendung mehr findet.

### **Zu § 21d Z 8:**

Das neue System sieht eine Zwei-Säulen-Finanzierung vor, die grundsätzlich begrüßt wird. Nicht nachvollziehbar und vertretbar ist aber, diese Gesetzesänderung auch dazu zu verwenden, den Beitrag für Schlachtgeflügel - ohne Angabe von Gründen in den Erläuterungen - in einer wirtschaftlich angespannten Situation von 0,50 €/100 kg auf 0,60 €/100 kg für die Geflügel-schlachtbetriebe anzuheben. Dazu kommt noch eine weitere Beitragsverpflichtung für Mastgeflügelhalter durch den neuen Flächenbeitrag in der Höhe von 5 €/ha. Die sachlich nicht gerechtfertigte Erhöhung des Produktbeitrag auf 0,60 €/ 100 kg wird abgelehnt und muss durch den bisherigen Beitrag in der Höhe von 0,50 €/ 100 kg ersetzt werden.

### **Zu § 21d Abs 2 Z 4:**

Der Entwurf sieht vor, dass die AMA durch Verordnung des Verwaltungsrates u.a. *„für Getreide, das gemäß § 21c Ab. 1 Z 2 für den menschlichen Genuss verarbeitet wird, eine Beitragspflicht bis zu einem Höchstbeitrag von [3,50 €] je t Handelsvermahlung vorsehen kann“*. Zur Klarstellung und dem neuen Flächenbeitrag auch für den Sektor Getreide Rechnung tragend, muss daher im Sinne einer endgültigen Klarstellung die Z 4 ersatzlos gestrichen werden. Diese bisherigen im AMA-Gesetz enthaltenen Passagen sind insofern totes Recht, da diese aus berechtigten Gründen des Verarbeitungssektor seit Gründung der AMA Marketing 1992 nie zur Anwendung gekommen sind. Grund der Ablehnung ist der österreichische Getreidemarkt, der sich je nach Standort der Mühle und Qualitäten des Getreides durch starke mengenmäßige Liefer- und Bezugsverschränkungen mit dem EU-Ausland auszeichnet. Alle B2B-Kunden, die ihre Produkte nicht nur in Österreich verkaufen, haben kein Interesse an einer Bewerbung durch das AMA-Gütesiegel. Im Ergebnis müssten die Mühlen zwei Produktkategorien (mit/ohne AMA-Gütesiegel) mit hohen zusätzlichen Kosten produzieren, lagern und liefern. Diese unfinanzierbare „Zweigleisigkeit“ würde in Folge auch die vorgelagerten und nachgelagerten Bereiche (Landesproduktenhandel, Lagerhäuser, Bäcker, Weiterverarbeiter etc.) betreffen. Nunmehr wird aber durch den neuen Flächenbeitrag Getreide auch im Sinne der Wirtschaft das Agrarmarketing für den Sektor Getreide auf solide zukunftsfähige Beine gestellt.

### **Zu § 21e Abs 1 Z 2:**

Im oben ausgeführten Sinne ist auch die Z 2 (*„Beitragsschuldner ist ...Mühle...“*) ersatzlos zu streichen.

**Zu § 21h Abs 1 Z 2:**

Im Sinne des oben Ausgeführten ist auch diese Bestimmung, die Aufzeichnungspflichten für Mühlen vorsehen würde, ersatzlos zu streichen.

**III. Zusammenfassung**

Die Wirtschaftskammer Österreich begrüßt die zukunftsfähige Neuaufstellung des AMA-Marketingbeitragssystem mit der Einführung eines Beitrages auf landwirtschaftliche Flächen und fordert gleichzeitig die notwendige Streichung der Gesetzespassagen, die sich weiterhin auf einen Beitrag mit Bezug auf Handelsvermahlung beziehen, da diese in den Jahrzehnten seit AMA-Marketing Gründung aus berechtigten ökonomischen Gründen nie Konsens zur Anwendung gefunden haben und auch weiterhin keinen finden würden.

Wir ersuchen um Berücksichtigung unserer Anmerkungen. Diese Stellungnahme wird auch dem Präsidium des Nationalrates übermittelt.

Freundliche Grüße

Dr. Harald Mahrer  
Präsident

Karlheinz Kopf  
Generalsekretär