

Pressedienst Nr. 16414  
Mittwoch, 16. November 2022

AMA-Marketingbeitrag: System wird um Getreideflächen erweitert . . . . .	1
AMA-Gesetzesnovelle im Ministerrat beschlossen . . . . .	2
Erster Problemwolf in Kärnten entnommen . . . . .	3
Preisindex bei GlobalDairyTrade-Auktion unterbricht Abwärtstrend . . . . .	4
Milchwirtschaft streicht Bedeutung des AMA-Gütesiegels als Qualitätsmerkmal hervor . . . . .	4
Bundesweintaufe 2022 in Wien: Ernst Molden war Taufpate . . . . .	5
Ex-LK-NÖ-Pressechef und AIZ-Chefredakteur-Stellvertreter Gerd Rittenauer verstorben . . . . .	6

**EINEN TEIL DER AUFLAGE FINANZIERT  
DIE NIEDERÖSTERREICHISCHE VERSICHERUNG**



Die Niederösterreichische  
Versicherung

## AMA-Marketingbeitrag: System wird um Getreideflächen erweitert

### Ministerrat beschließt neues AMA-Gesetz

Wien, 16. November 2022 (aiz.info). - Das AMA-Marketingbeitragssystem wird auf die gesamten landwirtschaftlichen Produktionsbereiche ausgedehnt. Es wird somit neben den schon bestehenden Produktbeiträgen für Schlachttiere, Legehennen, angelieferte Milch, Gemüse, Obst und Gartenbauerzeugnisse auch der gesamte Getreidesektor in das Marketingsystem eingebunden. Der Ministerrat hat die Novelle des AMA-Gesetzes heute, Mittwoch, beschlossen. "Wir brauchen ein effizientes und leistungsstarkes Marketing, um die qualitativ hochwertigen Lebensmittel der Bäuerinnen und Bauern bestmöglich bewerben zu können. Diese wichtige Aufgabe erfüllt die AMA-Marketing sehr erfolgreich. Um dieses System auf stabile Beine zu stellen, ist eine Weiterentwicklung notwendig. In den vergangenen Jahren haben wir daher gemeinsam mit der Branche, dem Koalitionspartner und der Interessensvertretung intensiv an der AMA-Gesetzesnovelle gearbeitet - jetzt ist sie fertig", erklärt Landwirtschaftsminister **Norbert Totschnig**

Indem künftig alle einen Beitrag leisten, könne die AMA-Marketing die regionalen Produkte noch besser bewerben, die Informationsvermittlung der Qualität optimieren und so mehr Wertschätzung für die Leistung der Landwirtschaft erzeugen. "Damit setzen wir auch eine Empfehlung des Rechnungshofes um", so Totschnig.

### Moosbrugger: Werbung bringt Wertschätzung und Wertschöpfung

"Die österreichische Landwirtschaft produziert beste Qualität und auf höchstem ökologischen Niveau. Diese besonderen Produktionsstandards im pflanzlichen wie im tierischen Bereich müssen wir auch verstärkt kommunizieren. Nur durch ein gezieltes Aufzeigen aller Mehrleistungen und somit modernes Marketing werden wir die Menschen dafür gewinnen, bewusst zu heimischen Lebensmitteln zu greifen. Jeder Euro, den wir in diesen Bereich investieren, kommt mehrfach zurück und bäuerlichen Familienbetrieben genauso wie der Versorgungssicherheit zugute. Werbung bringt Wertschätzung und diese wiederum Wertschöpfung", hält auch Landwirtschaftskammer (LK) Österreich-Präsident **Josef Moosbrugger** fest.

"Neben der Produktwerbung müssen wir auch die auf den Agrarflächen erbrachten Leistungen für Umwelt-, Klima- und Biodiversitätsschutz noch besser kommunizieren und mit dem AMA Gütesiegel in Verbindung bringen. Daher macht es Sinn, die Flächen stärker als bisher in Kommunikation und Finanzierung zu integrieren. Das neue, nach 27 Jahren erstmals angepasste Beitragssystem trägt den neuen Anforderungen Rechnung - im Sinne der Bauern und von ganz Österreich. Oder wie sagte einst schon der Erfinder Henry Ford: 'Wer nicht wirbt, der stirbt'."

### Strasser: Mit AMA-Gesetzesnovelle stärken wir auch AMA-Gütesiegel

"Mit der Novelle des AMA-Gesetzes stärken wir die zentrale Marke der Landwirtschaft - das AMA-Gütesiegel. Es ist Garant für kontrollierte Herkunft aus Österreich und gibt den Konsumenten Sicherheit beim Einkauf. Es ist auch das letzte Siegel, wo wir Bäuerinnen und Bauern noch mit am Verhandlungstisch sitzen. Durch den Vormarsch der Handels-Eigenmarken wird die Herkunft der Produkte im Supermarkt immer anonymer. Deshalb braucht es ein Siegel, das transparent und

verlässlich Durchblick gibt", so der Vorsitzende des Landwirtschaftsausschusses Nationalrat Georg Strasser. "Seit Jahren fordern Bäuerinnen und Bauern eine flächendeckende Ausweitung des AMA-Gütesiegels auf Brot- und Backwaren. Deshalb haben wir nun auch den Getreidesektor in das System der AMA-Marketing eingebunden. Damit wollen wir all jene entlang der Wertschöpfungskette unterstützen, denen Transparenz bei der Herkunft des verarbeiteten Getreides wichtig ist."

Stammler: Einbeziehung der Marktfrucht-/Ackerbaubetriebe ist wichtig

"Die Einbeziehung der Marktfrucht- bzw. Ackerbaubetriebe ist mir ein Anliegen. Wir drehen damit an mehreren Schrauben gleichzeitig. Die Werbemaßnahmen im betroffenen Segment werden besser finanzierbar, der Überhang anderer Branchen bei den Beiträgen wie bei Milch wird korrigiert und damit die Landwirtschaft in ihrer ganzen Breite darstellbar. Mit einem ausreichenden Budget der AMA-Marketing kann sich die österreichische Landwirtschaft so zeigen wie sie ist, -und wird nicht ausschließlich als Abziehbild für die Werbung des Handels verwendet", hält **Clemens Stammler**, Mitglied des Landwirtschaftsausschusses im Nationalrat, fest.

Eckpunkte der AMA-Gesetzesnovelle

Laut den heimischen Agrarspitzen wurden die AMA-Marketingbeiträge seit ihrer Einführung im Jahr 1995 inhaltlich und in der Höhe bis heute weitestgehend unverändert fortgeführt. Mit der Systemumstellung wird erstmals auch der Getreidesektor in dem Marketingsystem berücksichtigt. Durch die breite Etablierung von Maßnahmen soll die Vermarktung von Almerzeugnissen gestärkt, die Qualitäts- und Herkunftssicherung ausgebaut, die Bedeutung der Landwirtschaft für die Lebensmittelversorgungssicherheit hervorgehoben sowie ein AMA-Gütesiegel bei Brot und Backwaren eingeführt werden. Die Kommunikation der vielfältigen Leistungen der Landwirtschaft für Umwelt, Natur, Klima und Tierwohl soll intensiviert und der Einhebungsprozess der Beiträge vereinfacht werden.

Das Gesamtaufkommen der Marketingbeiträge ergibt sich künftig aus zwei Säulen: Dem neuen einheitlichen Flächenbeitrag (Basisbeitrag) für landwirtschaftliche Nutzflächen und den schon bestehenden Produktbeiträgen für Schlachttiere, Legehennen, angelieferte Milch, Gemüse, Obst, Gartenbauerzeugnisse. Damit beispielsweise für Tierhaltungsbetriebe die Beitragssumme nicht überproportional steigt, werden mit der Einführung des neuen Basisbeitrags bestimmte Produktbeiträge, wie etwa in der Milchvieh- und Rinderhaltung, reduziert oder bei Schafen und Ziegen auf null gesetzt, teilten die Agrarpolitiker mit. (Schluss)

## **AMA-Gesetzesnovelle im Ministerrat beschlossen**

Marketing- und Beitragssystem werden breit und zukunftsorientiert aufgestellt

Wien, 16. November 2022 (aiz.info). - Heute, Mittwoch, wurde die Novelle des AMA-Gesetzes im Ministerrat beschlossen. Erstmals werden auch die für Versorgungssicherheit unverzichtbaren Acker- und Getreideflächen ins Qualitätssystem und ins Marketing eingebunden.

"Das AMA-Gütesiegel ist die stärkste Marke der Landwirtschaft. Es bringt eine nachvollziehbare und transparente Differenzierung von Qualitäten und Herkünften. Unsere Qualitäts- und Herkunftssicherung können wir jetzt dank der neuen gesetzlichen Regelungen weiterentwickeln. Das

Ziel ist klar: Als Taktgeber stehen wir für permanente Qualitätsverbesserungen im Interesse von Konsumenten, Handel und Landwirtschaft", erklärt AMA-Marketing Geschäftsführer Michael Blass. "Wir können in Zukunft darauf aufbauen, dass sich alle Sektoren der Landwirtschaft an einer ambitionierten Qualitätsstrategie samt zeitgemäßem Agrarmarketing beteiligen."

Beitragssystem breit und zukunftsorientiert aufgestellt

Das Agrarmarketing der AMA wird über Marketingbeiträge finanziert. Seit Österreichs EU-Mitgliedschaft spielt es bei der Kommunikation von landwirtschafts- und lebensmittelrelevanten Aspekten sowie für die Absatzförderung von landwirtschaftlichen Erzeugnissen im In- und Ausland eine wesentliche Rolle. Mit der Einbindung des Acker- und Getreidebaus in das Marketingsystem wird das Agrarmarketing auf die notwendige breite Basis gestellt. Das ermöglicht die ganzheitliche Kommunikation von Qualitäts- und Herkunftsthemen über alle für die Versorgungssicherheit wesentlichen Sektoren. Den AMA-Marketingbeiträgen stehen vielfältige Leistungen für Konsumenten und Betriebe und damit deutliche Mehrwerte für uns alle gegenüber.

Mehr Wertschätzung für Landwirtschaft erzeugen

"Unser Ziel ist es, die Bekanntheit und das hohe Vertrauen in das AMA-Gütesiegel zum Nutzen der Getreidewirtschaft einzusetzen. Denn das AMA-Gütesiegel differenziert qualitativ abgesicherte Produkte mit nachvollziehbarer Herkunft von anderen Angeboten auf unseren Märkten" sagt **Christina Mutenthaler**, designierte Geschäftsführerin der AMA-Marketing ab 1. Jänner 2023. "Wichtig ist uns auch, die vielfältigen Leistungen der gesamten Landwirtschaft für Umwelt, Natur, Klima und Tierwohl verstärkt zu kommunizieren und so das Vertrauen der Konsumentinnen und Konsumenten in die qualitativ hochwertigen Lebensmittel unserer Landwirtinnen und Landwirte weiter auszubauen und zu festigen." (Schluss)

## Erster Problemwolf in Kärnten entnommen

Abschuss erfolgte gemäß Verordnung

Klagenfurt, 16. November 2022 (aiz.info). - In Kärnten wurde in der Nacht von 13. auf 14. November der erste Problemwolf in Österreich erlegt. Es handelte sich um ein weibliches Tier in der Kärntner Region Gailtal. Seit rund vier Wochen hat die Abschussmöglichkeit im Rahmen der Kärntner Wolfsverordnung gegolten, nachdem es heuer laut Agrarlandesrat **Martin Gruber** bereits rund 400 Nutztierrisse sowie rund 30 Sichtungen und Vergrämungen von Wölfen im Siedlungsbereich in Kärnten gab.

Der Abschuss wurde von dem Jäger, wie in der Wolfverordnung vorgesehen, innerhalb von 24 Stunden an das Land Kärnten gemeldet, teilte Gruber mit. Zudem habe die Begutachtung durch den Wolfsbeauftragten des Landes ergeben, dass die Entnahme innerhalb des laut Verordnung erlaubten Radius erfolgte. DNA-Proben von der erlegten Wölfin wurden entnommen und mit dem jüngsten Vorfall mit rund 30 getöteten Schafen auf einer Heimweide in Dellach abgeglichen. Ein Ergebnis liegt noch nicht vor.

**Siegfried Huber**, Landwirtschaftskammer (LK) Kärnten-Präsident, strich die "enormen Herausforderungen" durch die Wölfe für den "ländlichen Raum insgesamt, vor allem aber für die Landwirtschaft" hervor. "In den letzten Monaten mussten zahlreiche Bäuerinnen und Bauern viel Tierleid unter ihren Schafen oder Kälbern miterleben, egal, ob auf Almen oder zuletzt im Tal, unweit von Straßen und Siedlungen. Es ist wichtig, dass man dem blutigen Treiben der Wölfe etwas Wirksames entgegensetzen kann", erklärte Huber, der auf ein Umdenken beim Schutzstatus der Wölfe auf EU-Ebene hofft. (Schluss)

## Preisindex bei GlobalDairyTrade-Auktion unterbricht Abwärtstrend

Vollmilch- und Magermilchpulver legen zu - Butter und Cheddar verlieren

Auckland, 16. November 2022 (aiz.info). - Der Preisindex der bei der neuseeländischen Handelsplattform GlobalDairyTrade (GDT) gehandelten Milchprodukte unterbrach bei der jüngsten Auktion am Dienstag dieser Woche seinen seit 20. September anhaltenden Abwärtstrend und legte um 2,4% zu. An der Auktion nahmen 161 Bieter teil, 111 davon erstanden 28.980 t Milchprodukte. Der GDT-Index bildet die erzielten Preise verschiedener Milchprodukte und Kontrakt-Zeiträume ab und wird am Weltmarkt als wichtiger Indikator für die Entwicklung der Preise von Milchprodukten interpretiert. Die stärksten Gewinne verbuchten mit jeweils 3,1% Vollmilchpulver (3.397 USD/t bzw. 3.265,09 Euro) sowie Magermilchpulver (3.057 USD/t bzw. 2.938,29 Euro). Vollmilchpulver verzeichnete auch das größte Handelsvolumen.

Eine Preissteigerung erfuhr zudem wasserfreies Milchlaktose (Butteröl) mit einem Plus von 2,7% auf 5.711 USD/t (5.489,23 Euro). Verluste fuhren hingegen Butter mit minus 0,8% (4.829 USD/t bzw. 4.641,48 Euro), Cheddar mit minus 1,3% (4.746 USD/t bzw. 4.561,71 Euro) sowie Laktose mit minus 4,6% (1.236 USD/t bzw. 1.188,00 Euro) ein. Nicht angeboten wurden Buttermilchpulver und Molkenpulver. (Schluss) pos

## Milchwirtschaft streicht Bedeutung des AMA-Gütesiegels als Qualitätsmerkmal hervor

VÖM fordert Stärkung und Absicherung der Vermarktungsstrategie

Wien, 16. November 2022 (aiz.info). - Anlässlich der Novellierung des AMA-Gesetzes unterstreicht die Vereinigung österreichischer Milchverarbeiter (VÖM) die Bedeutung des AMA-Gütesiegels für die österreichische Qualitäts- und Nachhaltigkeitsstrategie. "Umso wichtiger ist daher die Weiterentwicklung und Absicherung dieses für die österreichische Land- und Lebensmittelwirtschaft so wichtigen Qualitätsprogramms durch entsprechende gesetzliche Rahmenbedingungen, um dadurch die Herausforderungen des harten Wettbewerbes in der EU und die gestiegenen Herausforderungen im Bereich Nachhaltigkeit, Tierwohl und Lebensmittelsicherheit erfolgreich bewältigen zu können", erklärte der VÖM-Präsident **Helmut Petschar**

Mit der Gesetzesnovellierung soll nach intensiven Vorbereitungsarbeiten das heimische Agrarmarketing modernisiert werden, die Beitragsbasis auf möglichst alle Agrarprodukte verbreitert

und eine solidarische Finanzierung sichergestellt werden, um dadurch den Agrar- und Lebensmittelstandort Österreich weiter zu stärken.

"Die Unterstützung der AMA-Marketing-Organisation war und ist für die österreichische Milchwirtschaft ein wichtiger Baustein, um im harten EU-Wettbewerb erfolgreich bestehen zu können, sei es im Inland durch die Etablierung einer glaubwürdigen und geprüften Qualitäts- und Herkunftsabsicherung, aber auch im Ausland im Aufbau der Exportmärkte. Fast die Hälfte der heimischen Milchprodukte werden im Ausland vermarktet, hierbei ist das sehr gute und naturnahe Image, das unseren Produkten attestiert wird, sehr von Bedeutung. Besonders auf unserem wichtigsten Exportmarkt Deutschland zeigen dies Umfragen sehr klar. Dafür sind nicht nur hervorragende Produkte verantwortlich, sondern auch die gemeinsame Kommunikationsarbeit, auf welche die Branche nicht verzichten will", so Petschar. (Schluss)

## Bundesweintaufe 2022 in Wien: Ernst Molden war Taufpate

### Nationaler und internationaler Bacchuspreis verliehen

Wien, 16. November 2022 (aiz.info). - Im feierlichen Rahmen der Bundesweintaufe im Wiener Rathaus wurde gestern, Dienstag, der Weinjahrgang 2022 von Dompfarrer Toni Faber gesegnet. Taufpate Ernst Molden gab dem Wiener Weißwein-Cuvée den Namen "Blonder Berthold" mit Bezug auf seinen jüngeren Bruder. "Der Jahrgang 2022 weckt hohe Erwartungen: Österreichs Winzerinnen und Winzer konnten größtenteils reife und gesunde Trauben ernten, die auf harmonische Weiß- und ausdrucksstarke Rotweine hoffen lassen", erklärt die Österreich Wein Marketing (ÖWM). Außerdem erhielten Ernst Molden und der kanadische Master Sommelier John Szabo den Bacchuspreis.

Als gebürtigen Döblinger begleitet Molden seit Langem eine enge Beziehung zur Wein- und Heurigenkultur, die sich auch in seinen preisgekrönten Neuinterpretationen des Wienerlieds widerspiegelt. **Norbert Walter**, Wiener Weinbaupräsident, nannte Molden in seiner Laudatio einen "Vielbegabten", dessen künstlerisches und musikalisches Wirken stets eng mit dem Wienerischen und dadurch mit Weinkultur und Genießertum verbunden war. Seit Jahren erfülle Molden einen quasi volksbildnerischen Auftrag zum Wienerlied und Wein.

Der internationalen Bacchuspreis ging heuer an den kanadischen Master Sommelier, Weinautor und -kritiker John Szabo. Laut ÖWM gilt er als einer der weltweit führenden Weinexperten und ausgewiesener Kenner des österreichischen Weins. Für diesen zeige er bereits seit Langem großes Interesse und habe in Ontario sogar einen Gemischten Satz mit einem Viertel Grünen Veltliner ausgepflanzt. Über die Weinplattform winealign.com, den Podcast "Wine Thieves" und als Autor mehrerer Bücher erreiche Szabo weltweit ein breites Publikum. "John hat einen großen Anteil daran, dass sich der Exportmarkt Kanada in den letzten Jahren phänomenal entwickelt hat", betonte **Chris Yorke**, Geschäftsführer der ÖWM, in seiner Laudatio. (Schluss)

## **Ex-LK-NÖ-Presseschef und AIZ-Chefredakteur-Stellvertreter Gerd Rittenauer verstorben**

Rittenauers publizistische Tätigkeit mit hohen Auszeichnungen gewürdigt

Wien, 16. November 2022 (aiz.info). - Gerd Rittenauer, langjähriger Leiter des Pressereferats der Landwirtschaftskammer Niederösterreich und Chefredakteur-Stellvertreter des Agrarischen Informationszentrums, AIZ, verstarb kürzlich im 82. Lebensjahr. Rittenauer blickte auf eine jahrzehntelange Tätigkeit als Journalist zurück und erhielt höchste Auszeichnungen.

Für seine journalistische Tätigkeit bekam er 1980 den Publizistikpreis der Genossenschaftlichen Zentralbank. 1992 wurde Rittenauer vom Bundespräsidenten mit dem Berufstitel Professor ausgezeichnet. Der Verband der Agrarjournalisten Österreichs (VAÖ) vergab 2002 den Eduard-Hartmann-Preis an Gerd Rittenauer. Er war auch Träger der Großen Goldenen Kammermedaille der LK NÖ. 2008 erhielt er das Goldene Ehrenzeichen für Verdienste um das Land Niederösterreich. Er zeichnete sich durch einen feinen, launigen Humor aus.

Bereits neben seinem Jus-Studium arbeitete er als Reporter bei verschiedenen Zeitungen, von 1964 bis 1970 war er Redakteur im Pressedienst der Bundeskammer der Gewerblichen Wirtschaft. Von 1970 bis 1977 leitete er die Informationsabteilung der Shell Austria AG, anschließend fungierte er als Chefredakteur und Geschäftsführer des Auslandsösterreicher-Werkes AÖW, der Organisation für die rund eine Million Österreicher im Ausland. In dieser Zeit wirkte Rittenauer auch als Chefredakteur der "Politischen Perspektiven" des Österreichischen Akademikerbundes.

Ab 1982 leitete er das Pressereferat der Landwirtschaftskammer Niederösterreich und war ab 1993 Chefredakteur der Kammerzeitschrift "Die Landwirtschaft". In diesen Jahren hat sich Rittenauer zu einem Chronisten des Bauernstandes entwickelt, der intensiv bemüht war, die Belange der Landwirtschaft einer breiten Öffentlichkeit näherzubringen. Er publizierte zahlreiche Artikel im Agrarischen Informationszentrum AIZ, in Zeitungen und Zeitschriften, gestaltete Sendungen in Rundfunk und Fernsehen und organisierte Pressefahrten und Pressekonferenzen. Als Kolumnist der "KronenZeitung" berichtete er unter dem Titel "Landpartie" über innovatorische Leistungen im ländlichen Raum.

Rittenauer war bis zu seiner Pensionierung im Jahre 2006 in der LK Niederösterreich beschäftigt. Doch selbst im Ruhestand schrieb er für das "Bayerische Landwirtschaftliche Wochenblatt" und fungierte als Präsident der Freunde und Gönner von Schloss Greillenstein. (Schluss)