

REAKTIONEN**Strategie festlegen**

„Eine geforderte Schärfung der strategischen Ausrichtung, eine Optimierung der Marken- und Siegelpolitik oder das Vorantreiben der Vertragslandwirtschaft sind Forderungen, die entscheidend sind und daher auf ungeteilte Zustimmung stoßen“, sagte FPÖ-Klubobmann Daniel Allgäuer.

Klare Kriterien

„Nicht die Menge an Siegeln und Marken ist ausschlaggebend, sondern die Qualität. Für Konsumenten muss eindeutig nachvollziehbar und erkennbar sein, was der Vorteil eines Ländle-Produkts ist“, kommentierte Daniel Zadra, Landwirtschaftssprecher der Grünen, den Bericht.

Blindflug beenden

„Der Bericht zeigt ein gewohntes Bild: Das Land schüttet hohe Summen an Fördergeldern aus – immerhin 3,57 Millionen Euro allein im Prüfungszeitraum – nimmt aber seine Steuerungs- und Kontrollfunktion nicht oder nur höchst mangelhaft wahr“, bemängelte Martina Pointner, Agarsprecherin der Neos.

Keine Kontrolle

„Wenn das Land Geld in so großem Stil ausgibt, soll es auch über notwendige Kontrollmechanismen verfügen“, kritisierte auch SPÖ-Landwirtschaftssprecher Reinhold Einwallner.

Marke geschaffen

„Das LQM hat mit der Marke Ländle in Sachen Regionalität für den Konsumenten eine echte Wegmarke geschaffen. Das rechtfertigt auch die bedeutenden finanziellen Zuwendungen des Landes“, meinte ÖVP-Landwirtschaftssprecher Josef Türtscher.

Nicht immer gibt es beim Konsumenten Klarheit. Beim Ländle Metzger wird die Marke nicht für ein Produkt, sondern für den ganzen Betrieb verwendet.

LWK/HAGEN



Mehr als eine Frage

Rechnungshofprüfer vermissen bei Ländle Qualitätsprodukte GmbH eine Positionierung.

Von Sonja Schlingensiepen

Den Überblick im „Ländle-Markendschubel“ hatten die Prüfer des Landesrechnungshofs um Direktorin Brigitte Egger-Bargehr nicht verloren. 20 Marken – vom Ländle-Apple bis zum Ländle-Wein – sind bei der Ländle Qualitätsprodukte Marketing GmbH (LQM) in Verwendung. „Dazu kommt noch je ein Herkunfts- und Gütesiegel für konventionelle und biologische Produktion“, erläuterte die Rechnungshofdirektorin bei der Präsentation des Prüfberichts

der 100-prozentigen Tochter der Landwirtschaftskammer.

Die GmbH war zum einen mit dem Ziel gegründet worden, den Erzeugern ländlicher Produkte bessere Absatzchancen und Erlöse zu bieten. Zum anderen sollte Konsumenten Sicherheit und Transparenz geboten werden. So wurde ab 2013 verstärkt auf das Herkunfts- und Gütesiegel „Ländle Qualität“ gesetzt, das produktspezifische Kriterien wie Gentechnikfreiheit oder Tierwohl umfasst.

Zusammenführung. Das sei durchaus sinnvoll. „Jedoch eine Auszeichnung mit Marken und Gütesiegeln erschwert es den Konsumenten, sich zu orientieren“, sagte Egger-Bargehr. Eine Vereinfachung oder Zusammenführung sei deshalb sinnvoll.

Spannend sei auch die Frage gewesen, welche Anforderungen an diejenigen gestellt werden,

die ihr Produkt „Ländle-Produkt“ nennen wollen. 17 Richtlinien seien definiert. „Stichproben haben ergeben, dass diese jener der AMA entsprechen, in manchen Bereichen, etwa beim Tierwohl, sogar noch höher liegen.“

Auf der anderen Seite seien die Standards aber sehr unterschiedlich definiert – zum Teil sehr ausführlich, im Fall der Ländle-Gastronomie gebe es aber gar keine Richtlinien. „Für die Kunden ist das zum Teil nicht zu durchschauen.“ Als Beispiel nannte Egger-Bargehr die acht „Ländle-Metzger“. „Hier umfassen die Richtlinien einen eingeschränkten Produkt- und Verkaufsbereich“, erklärte die Direktorin. Nur drei Fleischsorten (Rind-, Kalb- und Schweinefleisch) seien erfasst. „Vom Konsument wird also erwartet, dass er weiß, dass andere Fleisch- oder Wurstwaren nicht