

Kurztitel

AMA-Gesetz 1992

Kundmachungsorgan

BGBl. Nr. 376/1992 zuletzt geändert durch BGBl. Nr. 420/1996

§/Artikel/Anlage

§ 21a

Inkrafttretensdatum

01.07.1996

Außerkrafttretensdatum

30.06.2007

Text**2. Abschnitt****Aufbringung von Beiträgen zur Förderung des Agrarmarketings****Beitragszweck**

§ 21a. Der Agrarmarketingbeitrag (im folgenden Beitrag genannt) wird für folgende Zwecke erhoben:

1. zur Förderung und Sicherung des Absatzes von inländischen land- und forstwirtschaftlichen Erzeugnissen und daraus hergestellten Erzeugnissen;
2. zur Erschließung und Pflege von Märkten für diese Erzeugnisse im In- und Ausland;
3. zur Verbesserung des Vertriebs dieser Erzeugnisse;
4. zur Förderung von allgemeinen Maßnahmen zur Qualitätsverbesserung und -sicherung bezüglich dieser Erzeugnisse (insbesondere der entsprechenden landwirtschaftlichen Erzeugnisse) sowie zur Vermittlung von für die Verbraucher relevanten Informationen hinsichtlich Qualität und sonstiger Produkteigenschaften dieser Erzeugnisse;
5. zur Förderung sonstiger Marketingmaßnahmen (insbesondere damit zusammenhängen der Serviceleistungen und Personalkosten).