

Kurztitel

AMA-Gesetz 1992

Kundmachungsorgan

BGBl. Nr. 376/1992 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 55/2007

Typ

BG

§/Artikel/Anlage

§ 21a

Inkrafttretensdatum

01.07.2007

Außerkrafttretensdatum

10.06.2022

Index

55 Wirtschaftslenkung

Text**2. Abschnitt****Beitragszweck**

§ 21a. (1) Der Agrarmarketingbeitrag (im folgenden Beitrag genannt) wird für folgende Zwecke erhoben:

1. zur Förderung und Sicherung des Absatzes von 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, Aspekte des Verbraucherschutzes und des Wohlergehens der Tiere sowie sonstiger Produkteigenschaften dieser Erzeugnisse;
5. zur Förderung sonstiger Marketingmaßnahmen (insbesondere damit zusammenhängender Serviceleistungen und Personalkosten).

(2) Im Rahmen der Maßnahmen gemäß Abs. 1 wird die AMA ermächtigt, Richtlinien für die Vergabe und Verwendung von Gütezeichen zur Kennzeichnung qualitativ hochwertiger landwirtschaftlicher Erzeugnisse und daraus hergestellter Erzeugnisse festzulegen. Diese Richtlinien bedürfen der Zustimmung des Bundesministers für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft. Die Zustimmung gilt als erteilt, sofern innerhalb einer Frist von einem Monat ab Einlangen kein schriftlicher Widerspruch durch den Bundesminister für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft erfolgt.

Schlagworte

Inland, Qualitätssicherung

Zuletzt aktualisiert am

26.02.2024

Gesetzesnummer

10007244

Dokumentnummer

NOR40089457