

Unterrichtung
durch die Bundesregierung

Bericht der Kommission der Europäischen Gemeinschaften an das Europäische Parlament und den Rat über die Durchführung der Verordnung (EG) Nr. 2702/1999 des Rates über Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarerzeugnisse in Drittländern und der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 des Rates über Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarerzeugnisse im Binnenmarkt

Vorschlag für eine Verordnung des Rates zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 2702/1999 des Rates über Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarerzeugnisse in Drittländern und der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 des Rates über Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarerzeugnisse im Binnenmarkt

KOM(2004) 233 endg.; Ratsdok. 8288/04

Übermittelt vom Bundesministerium der Finanzen am 19. April 2004 gemäß § 2 des Gesetzes über die Zusammenarbeit von Bund und Ländern in Angelegenheiten der Europäischen Union (BGBl. I 1993 S. 313 ff.).

Die Vorlage ist von der Kommission der Europäischen Gemeinschaften am 6. April 2004 dem Generalsekretär/Hohen Vertreter des Rates der Europäischen Union übermittelt worden.

Das Europäische Parlament, der Europäische Wirtschafts- und Sozialausschuss und der Ausschuss der Regionen werden an den Beratungen beteiligt.

Hinweis: vgl. Drucksache 71/99 = AE-Nr. 990407
und Drucksache 657/00 = AE-Nr. 002824

INHALTSVERZEICHNIS

<u>1.</u>	<u>ZWECK DES BERICHTS</u>	3
<u>2.</u>	<u>BESCHREIBUNG DER ABSATZFÖRDERUNGSPOLITIK</u>	3
<u>2.1.</u>	<u>Allgemeine Ziele der derzeitigen Regelung</u>	3
<u>2.2.</u>	<u>Wichtigste operationelle Aspekte des Systems</u>	5
<u>2.2.1.</u>	<u>Produktauswahl und Märkte</u>	5
<u>2.2.2.</u>	<u>Arten von Absatzförderungsmaßnahmen und deren Finanzierung</u>	6
<u>2.2.3.</u>	<u>Verwaltung, Kontrolle und Bewertung</u>	7
<u>3.</u>	<u>UMSETZUNG DER ABSATZFÖRDERUNGSPOLITIK IM ZEITRAUM 2000–2003</u>	8
<u>3.1.</u>	<u>Durchführungsvorschriften der Kommission</u>	8
<u>3.2.</u>	<u>Haushaltsmittel und -ausgaben</u>	8
<u>3.3.</u>	<u>Im Zeitraum 2001–2003 für eine Kofinanzierung ausgewählte Programme</u>	9
<u>3.3.1.</u>	<u>Genehmigte und abgelehnte Programme</u>	9
<u>3.3.2.</u>	<u>Laufende Programme für Drittlandsmärkte</u>	10
<u>3.3.3.</u>	<u>Laufende Programme für den Binnenmarkt</u>	11
<u>3.4.</u>	<u>Von der GD Landwirtschaft direkt verwaltete Programme</u>	11
<u>4.</u>	<u>AUSSICHTEN AUF VERBESSERUNG</u>	12
<u>4.1.</u>	<u>Nach Auffassung der Kommission erforderliche Anpassungen</u>	12
<u>4.1.1.</u>	<u>Die europäische Dimension der Absatzförderungsprogramme</u>	12
<u>4.1.2.</u>	<u>Qualität der Vorschläge und Bewertung der Vorschläge durch die Mitgliedstaaten</u>	12
<u>4.1.3.</u>	<u>Kontrolle der Programme und des Werbematerials</u>	13
<u>4.1.4.</u>	<u>Unterrichtung gemäß Artikel 89 des Vertrags</u>	13
<u>4.1.5.</u>	<u>Wirksamkeit der Absatzförderungsstrategie</u>	13
<u>4.1.6.</u>	<u>Größenordnung und Wirksamkeit der Programme</u>	14
<u>4.1.7.</u>	<u>Absatzförderung im Rahmen der Maßnahmen zur Entwicklung des ländlichen Raums</u>	15
<u>4.2.</u>	<u>Ergebnisse einer externen Bewertung der EU-Absatzförderungs politik</u>	16
<u>4.3.</u>	<u>Vorschläge der Branchenverbände</u>	17
<u>5.</u>	<u>SCHLUSSFOLGERUNGEN UND ZU TREFFENDE MASSNAHMEN</u>	18
<u>5.1.</u>	<u>Allgemeine Schlussfolgerungen</u>	18
<u>5.2.</u>	<u>Maßnahmen</u>	19

<u>ANHANG 1 – Für eine Kofinanzierung der Gemeinschaft in Betracht kommende Erzeugnisse und Märkte</u>	24
<u>ANHANG 2 – Absatzförderungsmassnahmen: Finanzierungsmöglichkeiten</u>	25
<u>ANHANG 3 – Für Drittlandsmärkte und den Binnenmarkt eingegangene Vorschläge</u> .	26
<u>ANHANG 4 – Im Zeitraum 2001–2003 genehmigte Programme (nach Ländern, Erzeugnissektoren, Laufzeit und Mittelausstattung aufgeschlüsselte Tabellen)</u>	28
VORSCHLAG FÜR EINE VERORDNUNG DES RATES zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 2702/1999 über Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarerzeugnisse in Drittländern und der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 über Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarerzeugnisse im Binnenmarkt	33

1. ZWECK DES BERICHTS

Seit Beginn der 80er Jahre führt die Europäische Union Absatzförderungsmaßnahmen für landwirtschaftliche Erzeugnisse durch und beteiligt sich an deren Finanzierung. Bis 1999 waren diese Maßnahmen sektorbezogen und basierten auf den unterschiedlichen Rechtsvorschriften der jeweiligen Regelungen für die einzelnen Erzeugnissektoren. 1999 wurden diese in zwölf Ratsverordnungen enthaltenen Vorschriften vereinheitlicht und durch eine kohärente Politik ersetzt, die zwei Regelungen umfasst: eine für die Absatzförderung in Drittländern und eine für die Absatzförderung im Binnenmarkt.

In den Verordnungen (EG) Nr. 2702/1999 und (EG) Nr. 2826/2000 des Rates sind die Bestimmungen für die Beteiligung der Gemeinschaft an Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarerzeugnisse in Drittländern bzw. im Binnenmarkt festgelegt. Gemäß diesen beiden Verordnungen muss die Kommission dem Europäischen Parlament und dem Rat einen Bericht über die Durchführung der jeweiligen Verordnung vorlegen.

In Artikel 13 der Verordnung (EG) Nr. 2702/1999 (Drittländer) ist Folgendes vorgesehen:

"Die Kommission legt dem Europäischen Parlament und dem Rat vor dem 31. Dezember 2003 einen Bericht über die Anwendung dieser Verordnung vor, gegebenenfalls zusammen mit geeigneten Vorschlägen."

Artikel 14 der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 (Binnenmarkt) schreibt Folgendes vor:

"Die Kommission legt dem Europäischen Parlament und dem Rat alle zwei Jahre und erstmals vor dem 31. Dezember 2003 einen gegebenenfalls durch geeignete Vorschläge ergänzten Bericht über die Durchführung dieser Verordnung vor, insbesondere über die ausgewählten Programme und den Stand des Mittelverbrauchs."

Mit diesem Bericht wird den oben genannten Verpflichtungen nachgekommen. Untersucht wird die Durchführung beider Verordnungen seit ihrem Inkrafttreten bis Ende 2003. Der Bericht enthält darüber hinaus einen Vorschlag zur Änderung der genannten Verordnungen mit dem Ziel, die Funktionsweise der geltenden Absatzförderungsregelung zu vereinfachen und zu verbessern.

2. BESCHREIBUNG DER ABSATZFÖRDERUNGSPOLITIK

2.1. Allgemeine Ziele der derzeitigen Regelung

Wenn der europäische Agrar- und Nahrungsmittelsektor seine Stellung am Weltmarkt halten möchte, muss er sich auf eine Zukunft im globalen Markt vorbereiten. Ein wichtiger Beitrag hierzu sind Maßnahmen zur Lenkung der Nachfrage nach Lebensmitteln sowie zur Verbraucherinformation über und -sensibilisierung für die Qualitäten der europäischen Agrarerzeugnisse. Dabei kann die Gemeinschaft eine hilfreiche Rolle spielen, indem sie in Ergänzung zu den einzelstaatlichen und privaten Kampagnen generische und institutionelle Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen durchführt und unterstützt.

Im Allgemeinen verfolgt die Absatzförderungs politik der Gemeinschaft ein horizontales Konzept, d.h. sie umfasst mehrere Erzeugnissektoren und hebt die allgemeinen Merkmale der Erzeugnisse und gemeinsame Themen wie Qualität, Lebensmittelsicherheit, Etikettierung und besondere Produktionsmethoden sowie Tierschutz und umweltgerechte Produktion hervor. Sie dürfte die Wirkung der einzelstaatlichen und privaten Initiativen erhöhen, indem sie die von den Mitgliedstaaten und Privatunternehmen ergriffenen Absatzförderungsmaßnahmen verstärkt und fördert. Darüber hinaus zielt sie darauf ab, allen Erzeugermittgliedstaaten und ihren Branchen- und Dachverbänden – einschließlich derjenigen, die über begrenzte finanzielle Mittel verfügen – die Möglichkeit zu bieten, Absatzförderungs- und Informationsmaßnahmen für ihre Erzeugnisse durchzuführen.

Im Rahmen der derzeit geltenden Absatzförderungsregelung sind Maßnahmen vorgesehen, mit denen die gemeinsamen Qualitäten und besonderen Eigenschaften der europäischen Erzeugnisse betont, aber gleichzeitig deren Verschiedenartigkeit hinsichtlich der Herstellungsbedingungen, der Verarbeitungs- und Konservierungsmethoden und der Verwendung geachtet werden.

Im Binnenmarkt zielt die Gemeinschaftsaktion auf eine generische und institutionelle Information und Absatzförderung ab, wodurch Überschneidungen mit den Maßnahmen der privaten Unternehmen und der nationalen/regionalen Behörden vermieden werden. Die Gemeinschaftsaktion ergänzt die klassischen Marketingmaßnahmen, indem sie günstige Rahmenbedingungen für kommerzielle Werbekampagnen schafft.

Die von der EU kofinanzierten Fördermaßnahmen sollten die übrigen Maßnahmen insofern ergänzen, als sie europaweit Themen aufgreifen, die für die nationalen Behörden oder die Werbung für Handelsmarken nur von begrenztem Interesse sind (wie EU-Regelungen und Rechtsvorschriften über Qualitätssicherung, Lebensmittelsicherheit, Etikettierung, Herkunftssicherung, Regelungen für geografische Angaben, den ökologischen und integrierten Landbau usw.), um so das allgemeine Ansehen der europäischen Erzeugnisse bei den Verbrauchern zu verbessern. Aufgrund der jüngsten Krisen (BSE, Dioxin, Listerosen usw.) und der zunehmenden Notwendigkeit, das Vertrauen der Verbraucher in europäische Lebensmittel zu stärken, sind objektive, allgemeine Informationen über die Kontrollsysteme zur Qualitäts- und Herkunftssicherung von Lebensmitteln unbedingt erforderlich.

Angesichts der internationalen Tendenz, Ausfuhrerstattungen abzubauen oder abzuschaffen und den Handel stärker zu liberalisieren, können Gemeinschaftsmaßnahmen, mit denen die Qualität der EU-Erzeugnisse sowie die Herstellungs- und Kontrollmethoden herausgestellt, das Image der Erzeugnisse gefördert und ein günstiges Umfeld für sie geschaffen wird, die Wettbewerbsposition dieser Erzeugnisse stärken oder erhalten. Dies ist Aufgabe der Gemeinschaft, wohingegen die Absatzförderungskampagnen der einzelnen Mitgliedstaaten und der privaten Träger darauf ausgerichtet sind, den Marktanteil ihrer Erzeugnisse zu vergrößern.

Die Absatzförderungsmaßnahmen der Gemeinschaft in Drittländern sollten vor allem die Verbraucher und Handelsbeteiligten (Importeure und Händler) über gemeinschaftliche Maßnahmen zur Qualitätssicherung und Nahrungsmittelsicherheit, über das Angebot an charakteristischen, klar gekennzeichneten Erzeugnissen aus bestimmten Regionen (g.U./g.g.A./g.t.S.) und die Systeme zur Sicherung der Qualität von ökologisch erzeugten Produkten informieren.

Darüber hinaus können Marktstudien und spezifische Maßnahmen der Gemeinschaft auf bestehenden und potenziellen Exportmärkten wie Handelsbesuche hochrangiger Gemeinschaftsvertreter und die Teilnahme an internationalen Messen dazu beitragen, neue Märkte zu erschließen. Die Anwesenheit der Gemeinschaft bei internationalen Lebensmittelmesse und die Entsendung von Handelsdelegationen können sich auf das Image der europäischen Agrarerzeugnisse sehr positiv auswirken und die Grundlagen für spezifischere produktbezogene oder einzelstaatlich orientierte Maßnahmen schaffen.

Unsere wichtigsten Handelspartner (z.B. U.S.A., Japan und Australien) haben die Bedeutung einer aktiven Absatzförderungspolitik erkannt und gut dotierte, wirksame Absatzförderungsstrategien ergriffen, um ihre Weltmarktanteile zu erhalten und zu erhöhen. So stellt die amerikanische Regierung jährlich rund 145 Millionen \$ für Exportförderprogramme bereit. Es ist daher wichtig, dass auch die EU in der Exportförderung sichtbar und wirksam tätig wird.

2.2. Wichtigste operationelle Aspekte des Systems

2.2.1. Produktauswahl und Märkte

In den Drittländern konzentriert sich die Absatzförderung der Gemeinschaft auf Erzeugnisse für den direkten Verbrauch oder die Verarbeitung, insbesondere auf solche mit hohem Mehrwert oder hoher Differenzierung, die mit Hilfe geeigneter Absatzförderung auch ohne Ausfuhrerstattungen exportiert werden können. Dies bedeutet jedoch nicht, dass Erzeugnisse, für die derzeit Ausfuhrerstattungen gewährt werden, grundsätzlich aus der Absatzförderung ausgeschlossen sind.

Die Zielmärkte liegen in Ländern, in denen eine bedeutende tatsächliche oder potenzielle Nachfrage besteht und in denen die Gemeinschaft auf starke Konkurrenz trifft. Anhand von Kriterien, die in der Verordnung (EG) Nr. 2702/1999 (Artikel 3 und 4) festgelegt sind, erstellt die Kommission alle zwei Jahre nach dem Verwaltungsausschussverfahren das Verzeichnis der Erzeugnisse und Märkte, die für Fördermaßnahmen in Betracht kommen. Während dieses Zweijahreszeitraums können auch Anpassungen vorgenommen werden.

Das derzeitige Verzeichnis der Märkte und Erzeugnisse, die für Fördermaßnahmen in Betracht kommen, ist in Anhang 1 aufgeführt.

Für den **Binnenmarkt** sind die Kriterien für die Themen und Erzeugnisse, die für eine Gemeinschaftsförderung in Frage kommen, in Artikel 3 der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 festgelegt. Anhand dieser Kriterien erstellt die Kommission nach dem Verwaltungsausschussverfahren das Verzeichnis der für Absatzförderungsprogramme in Frage kommenden Themen, Sektoren und Erzeugnisse. Für jeden der ausgewählten Sektoren legt die Kommission Leitlinien fest, denen die Programmvorschläge der Mitgliedstaaten entsprechen müssen. Für die Ausarbeitung der Leitlinien kann die Kommission die Ständige Gruppe "Werbung für landwirtschaftliche Erzeugnisse" des Beratenden Ausschusses "Qualität und Gesundheit der landwirtschaftlichen Erzeugung" konsultieren.

Das derzeitige Verzeichnis der Erzeugnissektoren, die für Binnenmarktmaßnahmen in Betracht kommen, ist in Anhang 1 aufgeführt.

2.2.2. Arten von Absatzförderungsmaßnahmen und deren Finanzierung

Im Allgemeinen beteiligt sich die Gemeinschaft bis zu 50 % an der Finanzierung der Absatzförderungsmaßnahmen; die restlichen Mittel werden von den Berufs- oder Branchenverbänden, die die Maßnahmen vorschlagen (30 %) und den betreffenden Mitgliedstaaten (20 %) aufgebracht. Bei Programmen mit einer Laufzeit von zwei oder drei Jahren ist die Beteiligung der Gemeinschaft degressiv gestaffelt und liegt zwischen 60 % und 40 % (durchschnittlich 50 %) der Gesamtkosten. Der Anteil der beteiligten Organisation und des Mitgliedstaats kann auch aus steuerähnlichen Abgaben stammen.

Das Kofinanzierungskonzept soll gewährleisten, dass die beteiligten Organisationen und Mitgliedstaaten Mitverantwortung übernehmen und sich die von ihnen vorgeschlagenen und betriebenen Programme zu eigen machen.

Es gibt einige Ausnahmen von der allgemeinen Regel der dreiseitigen Finanzierung. Bei *Binnenmarktmaßnahmen* zur Information über die Gemeinschaftsregelungen für g.U./g.g.A./g.t.S., den ökologischen Landbau oder die Etikettierung ist eine Finanzierung zu gleichen Teilen (50 %–50 %) durch einen Mitgliedstaat und die Gemeinschaft möglich, wenn die Branchen- oder Dachverbände keine Vorschläge für entsprechende Maßnahmen vorgelegt haben. Bisher wurde ein Programm mit dieser Finanzierungsmöglichkeit genehmigt¹. Was die Absatzförderung in *Drittländern* betrifft, so wird diese Art von Maßnahmen, für die die Initiative von der Kommission ausgeht, zu 100 % von der Gemeinschaft finanziert.

In bestimmten Ausnahmefällen ist keine Kofinanzierung durch den Mitgliedstaat erforderlich, allerdings werden die Finanzierungskosten zu gleichen Teilen (50 %–50 %) von der Gemeinschaft und den beteiligten Organisationen getragen. Von dieser Möglichkeit kann z.B. Gebrauch gemacht werden, wenn auf bestimmten Märkten eine Krisensituation eingetreten ist und es dringend notwendig ist, die Sorge der Verbraucher um die Sicherheit der Lebensmittel zu zerstreuen. Diese Möglichkeit wurde bisher nicht in Anspruch genommen.

Die in den Programmen enthaltenen Absatzförderungsmaßnahmen in Drittländern und im Binnenmarkt müssen gemäß den jeweiligen Verordnungen von Stellen durchgeführt werden, die im Wege einer Ausschreibung vom Antragsteller ausgewählt werden. Um die Wirksamkeit und hohe Qualität der Maßnahmen zu gewährleisten, sollten diese Stellen über nachweisliche Fachkompetenz in den Bereichen Werbung, Absatzförderung und/oder PR-Maßnahmen verfügen. Gemäß den geltenden Regelungen sind die antragstellenden Organisationen von der Programmdurchführung ausgeschlossen.

Im **Olivenölsektor** wurde im Rahmen der Verordnung die Möglichkeit, die Absatzförderungsprogramme über den IOOC (Internationaler Olivenölrat) durchzuführen, aufgrund der positiven Ergebnisse früherer Kampagnen und dem Fehlen anderer, mit dem IOOC vergleichbarer, sektorumfassender Strukturen beibehalten. Vorschläge von Branchenverbänden des Sektors kommen im Rahmen der geltenden Durchführungsvorschriften jedoch ebenfalls für eine Förderung in Betracht. Im Zeitraum 2002–2003 wurde aufgrund der internen Umstrukturierung des IOOC kein freiwilliger Beitrag in den Absatzförderungsfonds des IOOC eingezahlt.

¹ Dänische Informationskampagne über das dänische Logo für den ökologischen Landbau.

Allerdings wurden in diesem Zeitraum eine begrenzte Zahl von den Mitgliedstaaten vorgeschlagener Olivenölprogramme für Drittländer genehmigt².

2.2.3. *Verwaltung, Kontrolle und Bewertung*

Im Rahmen der Verordnung (EG) Nr. 1258/1999 des Rates wird die Kofinanzierung von Absatzförderungsprogrammen als eine Intervention angesehen, was bedeutet, dass die von den Mitgliedstaaten getätigten Ausgaben entsprechend den allgemeinen Verfahren des EAGFL (indirekte Verwaltung) zurückerstattet werden.

Die Initiative für die Absatzförderungsmaßnahmen liegt hauptsächlich bei den Branchen- und Dachverbänden der einzelnen Sektoren, die auf entsprechende Aufforderungen der betreffenden Mitgliedstaaten zur Einreichung von Vorschlägen hin Programme ausarbeiten. Die Verfahren und Fristen für die Einreichung von Vorschlägen sind in den Durchführungsvorschriften der Kommission (*Verordnungen (EG) Nr. 2879/2000 und (EG) Nr. 94/2002*) festgelegt.

Die Mitgliedstaaten wählen die Programme anhand der in den Durchführungsvorschriften und Leitlinien festgelegten Kriterien und der einzelstaatlichen Leistungsbeschreibungen aus, wobei sie das Preis-/Leistungsverhältnis und die Zweckmäßigkeit der Maßnahme berücksichtigen. Sie legen die Vorschläge der Kommission vor, die prüft, ob sie den Gemeinschaftsvorschriften und den einschlägigen Leitlinien entsprechen. Die Kommission entscheidet über die Kofinanzierung innerhalb einer in den Durchführungsvorschriften festgesetzten Frist.

Bei der Erstellung der Leitlinien und der Bewertung der Programmvorschlüsse muss sich die Kommission in Anbetracht des erforderlichen Fachwissens und des Mangels an eigenen Mitarbeitern mit entsprechenden Kenntnissen von technischen Inspektoren und externen Kommunikationsexperten unterstützen lassen.

Da die Programme "indirekt" (als Intervention eingestuft) verwaltet werden, liegt die Zuständigkeit für die Verwaltung und Kontrolle der genehmigten Absatzförderungsprogramme und die Zahlungen bei den Mitgliedstaaten. Sie schließen Verträge mit den Branchenverbänden und überwachen die Ausführung der vereinbarten Maßnahmen und der Haushaltsmittel.

Die Kommission und die Mitgliedstaaten setzen Begleitgruppen ein, die den Stand der Durchführung der Absatzförderungsprogramme in Drittländern prüfen. Was alle anderen derartigen Verträge anbelangt, so führen die zuständigen Ministerien der Mitgliedstaaten die technischen, administrativen und Rechnungskontrollen durch, an denen sich die Kommission beteiligen kann.

Die Programmsergebnisse werden von unabhängigen Stellen ausgewertet, die von der Kommission im Wege einer Ausschreibung ausgewählt werden.

² Zwei italienische Programme und ein Mehrländerprogramm (E, I, F, P) für Olivenöl und andere Erzeugnisse.

3. UMSETZUNG DER ABSATZFÖRDERUNGSPOLITIK IM ZEITRAUM 2000–2003

3.1. Durchführungsvorschriften der Kommission

Die Kommission hat die Durchführungsvorschriften für die beiden Ratsverordnungen nach Konsultation der Berufsverbände, der Ständigen Gruppe "Werbung" des Beratenden Ausschusses und des Verwaltungsausschusses für Absatzförderung erlassen. Zur Festlegung der Leitlinien für die Erzeugnissektoren, die für Binnenmarktprogramme in Frage kommen, hat sie auch externe Sachverständige hinzugezogen.

Die Durchführungsvorschriften für Drittländerprogramme (Verordnung (EG) Nr. 2879/2000 der Kommission) wurden am 28.12.2000 und die für Binnenmarktprogramme (Verordnung (EG) Nr. 94/2002 der Kommission) am 18.1.2002 erlassen.

Beide Durchführungsverordnungen wurden in der Folge mehrmals geändert. Die Änderungen waren hauptsächlich erforderlich, um neue förderfähige Erzeugnisse mit entsprechenden Leitlinien hinzuzufügen, das Verzeichnis der für eine Fördermaßnahme in Betracht kommenden Zielmärkte infolge der Erweiterung zu ändern und die Verfahren aufgrund der gemachten Erfahrungen zu überprüfen. Die Verordnung (EG) Nr. 2879/2000 (Absatzförderung in Drittländern) wurde fünfmal geändert:

- Verordnungen (EG) Nr. 962/2001, (EG) Nr. 1955/2001, (EG) Nr. 1854/2002, (EG) Nr. 409/2003, (EG) Nr. 2171/2003 der Kommission.

Die Verordnung (EG) Nr. 94/2002 (Absatzförderung im Binnenmarkt) wurde sechsmal geändert:

- Verordnungen (EG) Nr. 305/2002, (EG) Nr. 434/2002, (EG) Nr. 1186/2002, (EG) Nr. 2097/2002, (EG) Nr. 497/2003, (EG) Nr. 185/2004 der Kommission.

3.2. Haushaltsmittel und -ausgaben

Seit Beginn der Anwendung der geltenden Verordnungen hat die EU Mittel in Höhe von 60 bis 70 Mio. EUR für die Absatzförderung bereitgestellt (Tabelle 1). Bis 2001 machten die Ausgaben für die siebte von der Kommission direkt verwaltete Olivenölkampagne einen beachtlichen Teil der Mittel für Absatzförderungsmaßnahmen im Binnenmarkt aus; daher sind nur die in den Haushaltsplänen für 2002–2004 aufgeführten Mittel hauptsächlich für die Durchführung der Verordnungen (EG) Nr. 2826/2000 und (EG) Nr. 2702/1999 bestimmt.

Tabelle 1 – EU-Haushaltsmittel für Absatzförderungsmaßnahmen (Mio. EUR)

Bezeichnung	Haushaltslinie*	2004**	2003	2002	2001	2000
Binnenmarktmaßn., indirekt	B1-3800	39,0	38,5	44,0	31,0	43,0
Drittlandmaßnahmen, indirekt	B1-3801	9,5	9,5	12,0	7,0	3,0
Binnenmarktmaßn., direkt	B1-3810	3,0	5,0	6,3	16,0	15,0
Drittlandmaßnahmen, direkt	B1-3811	8,0	7,0	8,0	8,0	6,0
Absatzförderung insgesamt		59,5	60,0	70,3	62,0	67,0

* = Im Haushaltsplan 2004 fallen die Haushaltslinien B1-3800 und B1-3801 unter die Haushaltslinie 05 08 04 und die Haushaltslinien B1-3810 und B1-3811 unter die Haushaltslinie 05 08 05.

** = Haushaltsvorentwurf (EU-15) nach dem Berichtigungsschreiben Nr. 2.

Da die Einführung der neuen Regelung relativ langsam anief und die Regelung 2003 zum ersten Mal vollständig angewendet wurde, war der Ausführungsgrad des Haushaltsplans in den Jahren 2002 und 2003 mit 24,0 % bzw. 47,1 % (siehe Tabelle 2) relativ niedrig. In den Jahren 2001 und 2002 wurde nur eine Entscheidung zur Genehmigung von Programmen erlassen, während im Jahr 2003 drei Reihen von Programmen für den Binnenmarkt und zwei für Drittländer beschlossen wurden. Durch die Kumulierung der laufenden Programme (die meisten haben eine Laufzeit von drei Jahren) dürfte die Ausführungsrate in den Jahren 2004 und 2005 steigen.

Tabelle 2 – EU-Haushaltsausgaben für Absatzförderungsmaßnahmen (Mio. EUR)

Bezeichnung	Haushaltslinie	2003*	2002	2001	2000	1999
Binnenmarktmaßn., indirekt	B1-3800	17,046	10,818	25,267	37,855	47,373
Drittlandmaßnahmen, indirekt	B1-3801	5,483	0,992	0,000	0,000	0,000
Binnenmarktmaßn., direkt	B1-3810	3,434	4,630	14,585	12,680	4,019
Drittlandmaßnahmen, direkt	B1-3811	0,266	0,409	5,838	5,381	1,340
Absatzförderung insgesamt		26,229	16,849	45,690	55,916	52,732
Ausführungsrate		43,71 %	24,0 %	73,7 %	83,5 %	68,5 %

* = Ausführung bis 31.8.2003 + Schätzungen der MS bis Ende des Haushaltsjahres.

Die Ausgaben für Programme, über die bereits eine Entscheidung getroffen wurde, lassen sich auf ca. 35 Mio. EUR im Jahr 2004 und ca. 28 Mio. EUR im Jahr 2005 veranschlagen. Unter Berücksichtigung der Programme, über die im Jahr 2004 entschieden wird, dürfte sich für 2004 eine Ausführungsrate von ca. 80 % ergeben.

3.3. Im Zeitraum 2001–2003 für eine Kofinanzierung ausgewählte Programme

3.3.1. Genehmigte und abgelehnte Programme

Für Absatzförderungsmaßnahmen in Drittländern wurden die ersten Vorschläge am 15. Juni 2001 und für Binnenmarktmaßnahmen am 15. Mai 2002 eingereicht. Bis Ende 2003 gingen bei der Kommission drei Reihen mit insgesamt 55 Vorschlägen für Drittländerprogramme und vier Reihen mit insgesamt 191 Vorschlägen für Binnenmarktprogramme ein. Ausgenommen bei der ersten Reihe von Vorschlägen für Binnenmarktprogramme wurden die meisten Vorschläge für eine Kofinanzierung ausgewählt (siehe Tabelle 3).

Tabelle 3 – Bis Dezember 2003 genehmigte und abgelehnte Programme

Entscheidung	Anzahl der eingereichten Vorschläge	genehmigt		abgelehnt	
		Anzahl	Kofinanzierung (Mio. EUR)	Anzahl	Kofinanzierung (Mio. EUR)
Binnenmarkt					
22.8.2002, C(2002) 3116	120	40	32,1	80	39,9
20.6.2003, C(2003) 1926	30	20	19,2	10	4,9
2.10.2003, C(2003) 3546	5	5	2,4	0	0,0
30.12.2003, C(2003) 5257	36	29	29,2	7	4,8
Insgesamt	191	94	83,0	97	49,6

Drittländer					
12.12.2001, C(2001) 4005	33	18	9,8	15	7,2
16.1.2003, C(2003) 15	12	6	7,0	6	2,9
29.9.2003, C(2003) 3404	10	7	5,8	3	0,8
Insgesamt	55	31 ¹	22,7 ¹	24	10,8

¹ ein Programm wurde nach der Entscheidung zurückgenommen (Kofinanzierung: 0,13 Mio. EUR)

Programme wurden abgelehnt, weil sie nicht den Bestimmungen der jeweiligen Ratsverordnung oder den Durchführungsvorschriften entsprachen. Häufigster Ablehnungsgrund war das Verfahren zur Auswahl der Durchführungsstelle: entweder wurde die Stelle nicht im Wege der Ausschreibung ausgewählt oder es wurde überhaupt keine Durchführungsstelle bestimmt (bei über der Hälfte der abgelehnten Vorschläge).

Mehrere Programme wurden abgelehnt, weil sie auf bestimmte Handelsmarken ausgerichtet waren oder für ein Erzeugnis besonderer Herkunft warben (20 Fälle). Zur Ablehnung führte häufig auch die Tatsache, dass die antragstellende Organisation nicht ausreichend repräsentativ für den Sektor war (13 Fälle) oder dass der Mitgliedstaat oder die beteiligte Organisation sich nicht verpflichtet hatte, sich an der Finanzierung zu beteiligen (10 Fälle). Schließlich wurden einige Vorschläge abgelehnt, da sie nur eine einzige Maßnahme vorsahen, was nicht als kohärente Strategie zur Erreichung spezifischer Absatzförderungsziele angesehen werden kann.

Nähere Angaben zu den einzelnen Vorschlagsreihen sind in Anhang 3 aufgeführt.

3.3.2. Laufende Programme für Drittlandsmärkte

Bis Ende 2003 wurden insgesamt 30 Programme im Gesamtwert von 45 Mio. EUR auf Drittlandsmärkten gestartet³.

Sieben Mitgliedstaaten nehmen an diesen Programmen teil. Ein Drittel der Programme wird von zwei oder mehreren Mitgliedstaaten gemeinsam durchgeführt, (Frankreich, Italien, Spanien, Portugal und Dänemark – in einem Fall). Sieben Mitgliedstaaten (Griechenland, Irland, Luxemburg, Österreich, Finnland, Schweden und das Vereinigte Königreich) haben kein Programm für Drittländer vorgeschlagen.

Für alle Zielmärkte (ausgenommen China), die in dem in den Durchführungsvorschriften festgelegten Verzeichnis der in Betracht kommenden Länder aufgeführt sind, wird mindestens ein Programm durchgeführt. Die

³ Von den 31 genehmigten Programmen wurde ein belgisches Programm vor Unterzeichnung des Vertrags zurückgenommen.

überwiegende Mehrheit der Programme betrifft jedoch Nordamerika und Japan. In China wurde bisher nur eine Marktstudie (von Frankreich) durchgeführt, doch ist für diesen Markt im März 2004 eine hochrangige Handelsdelegation geplant (siehe Kapitel 3.4).

Die Beitrittsländer wurden bis 5.3.2003 im Verzeichnis der potenziellen Zielmärkte für Drittlandsprogramme geführt, aus dem sie mit der Verordnung (EG) Nr. 409/2003 der Kommission gestrichen wurden, um zu vermeiden, dass Programme zum Zeitpunkt des Beitritts abgebrochen werden müssen. Mit dem Beitritt fallen diese Länder unter die Verordnung für die Absatzförderung im Binnenmarkt.

Bei insgesamt sechs Programmen gehören ein oder mehrere Beitritts- bzw. Kandidatenländer zu den Zielmärkten. Polen und die Tschechische Republik kommen in fünf Programmen vor, Ungarn in drei Programmen. Bei vier Programmen zählen Rumänien und Bulgarien zu den Zielmärkten.

Was die Zielsektoren anbelangt, so steht der Sektor Obst und Gemüse an erster Stelle. Neun der dreißig Programme betreffen frisches Obst und Gemüse, die als Erzeugnis-kategorie auch in zahlreichen Multisektorprogrammen vertreten sind. Allerdings entfällt bisher auf den Fleischsektor ein größerer Anteil an Haushaltsmitteln (5,7 Mio. EUR) als auf den Sektor Obst und Gemüse (3,9 Mio. EUR).

Anhang 4 enthält einen Überblick über die Erzeugnissektoren und Zielmärkte.

3.3.3. *Laufende Programme für den Binnenmarkt*

Bis Dezember 2003 wurden insgesamt 94 Programme für den Binnenmarkt im Gesamtwert von 166,2 Mio. EUR (davon EU-Beteiligung: 83,1 Mio. EUR) genehmigt. Nahezu die Hälfte dieses Betrags ist für den Sektor Obst und Gemüse bestimmt (75,9 Mio. EUR, 24 Programme). Auf den Milchsektor entfallen ca. 11 %, auf den ökologischen Landbau ca. 10 % und auf den Weinsektor ca. 6 % der Gesamtmittel (nach Ländern und Sektoren aufgeschlüsselte Statistiken: siehe Anhang 4).

Alle Mitgliedstaaten mit Ausnahme Luxemburgs nehmen an Binnenmarktprogrammen teil. Italien hat die meisten Vorschläge (17 genehmigte Vorschläge) vorgelegt; auch in Frankreich, Spanien, Deutschland und Österreich laufen mehrere Programme. Für den Binnenmarkt sind Mehrländerprogramme die Ausnahme; bisher wurden nur drei derartige Programme genehmigt.

3.4. **Von der GD Landwirtschaft direkt verwaltete Programme**

Wie bereits erwähnt können bestimmte Maßnahmen zu 100 % aus dem EU-Haushalt finanziert werden. Solche Maßnahmen werden von der Kommission veranlasst, direkt von ihr verwaltet und über Vertragnehmer, die im Wege einer Ausschreibung ausgewählt werden, durchgeführt.

Im Rahmen der Verordnung (EG) Nr. 2702/1999 wurden bisher folgende direkt von der Kommission verwaltete Maßnahmen in Drittländern gestartet:

1. Besuch einer hochrangigen Handelsdelegation in China und Teilnahme an der Lebensmittelmesse SIAL (März–April 2004 in Shanghai), auf der die EU mit einem Stand unter dem Motto "Tasty Europe" vertreten ist.
2. Veranstaltung einer Informationskampagne in den USA und Kanada über die EU-Regelungen für geschützte Ursprungsbezeichnungen (g.U.), geschützte

geografische Angaben (g.g.A.), garantiert traditionelle Spezialitäten (g.t.S.) und den ökologischen Landbau/die biologische Landwirtschaft.

3. Veranstaltung ähnlicher Kampagnen in Asien (China, Japan, Taiwan, Korea).

Die Informationskampagnen sind für einen Zeitraum von drei Jahren programmiert und sollen im Laufe des Jahres 2004 anlaufen. Mit diesen Maßnahmen sollen insbesondere Importeure und Händler landwirtschaftlicher Erzeugnisse über die EU-Regelungen zur Qualitätssicherung und die Garantien, die diese in Bezug auf europäische Agrarerzeugnisse und Lebensmittel bieten, informiert werden.

Die jährlichen Haushaltsmittel für die oben genannten, direkt verwalteten Maßnahmen betragen maximal 2,8 Mio. EUR.

4. AUSSICHTEN AUF VERBESSERUNG

4.1. Nach Auffassung der Kommission erforderliche Anpassungen

4.1.1. *Die europäische Dimension der Absatzförderungsprogramme*

Um Absatzförderungsmaßnahmen mit einer europäischen Dimension zu fördern, ist in beiden Verordnungen (Binnenmarkt und Drittländer) vorgesehen, dass zwei oder mehrere Mitgliedstaaten und Branchenverbände gemeinsam Programme einreichen können. Gemäß den Kriterien der Kommission für die Bewertung der Programmanschläge haben Programme, die von zwei oder mehreren Mitgliedstaaten vorgeschlagen werden, Vorrang.

In der Praxis ist das Mehrländerkonzept auf einige Schwierigkeiten gestoßen. Nach Angaben der Behörden der beteiligten Mitgliedstaaten machen insbesondere die unterschiedlichen Verwaltungsvorschriften und -verfahren der einzelnen Mitgliedstaaten die Verwaltung solcher Programme zu einer komplizierten Angelegenheit. Die Ausarbeitung und Änderung von Verträgen, die Überprüfung von Zahlungsanträgen und die Durchführung von Kontrollen erfordern mehr Zeit und eine größere Koordinierung als die Programme, bei denen nur ein Mitgliedstaat betroffen ist.

Nichtsdestoweniger kann man sagen, dass einige der derzeit laufenden Mehrländerprogramme ein Erfolg sind und als Vorbilder für die Absatzförderung europäischer Erzeugnisse dienen können. In der Absatzförderungsregelung sollten Programme, die von mehreren Ländern gemeinsam durchgeführt werden, weiterhin Vorrang haben, wobei nach Möglichkeiten zu suchen ist, wie sich die Verwaltung dieser Programme erleichtern lässt. Somit sollte die europäische Dimension der Absatzförderungsprogramme – auch mit Hilfe anderer Instrumente – weiter gefördert werden (siehe Punkt 5.2).

4.1.2. *Qualität der Vorschläge und Bewertung der Vorschläge durch die Mitgliedstaaten*

Vor allem in der ersten Durchführungsphase der derzeit geltenden Regelung wurde ein Großteil der von den Mitgliedstaaten eingereichten Vorschläge abgelehnt, weil sie nicht den Vorschriften entsprachen. Die Qualität der Vorschläge der letzten Reihe hat zugenommen, doch lässt sich immer noch einiges verbessern.

Die Qualität der Programmanschläge hängt vor allem von den beteiligten Branchen- und Dachverbänden ab, denen die Bestimmungen der Verordnungen nicht immer völlig klar zu sein scheinen. Die Mitgliedstaaten können hier etwas unternehmen, indem sie ausreichend deutliche Anweisungen in ihren Aufrufen zur Einreichung von

Vorschlägen geben. Empfehlungen für Maßnahmen zur Qualitätsverbesserung sind unter Punkt 5.2 aufgeführt.

4.1.3. *Kontrolle der Programme und des Werbematerials*

Es ist Aufgabe der Mitgliedstaaten zu überprüfen, ob das veröffentlichte Werbematerial mit den gemeinschaftlichen und einzelstaatlichen Rechtsvorschriften übereinstimmt. Während der Anlaufphase der Anwendung der neuen Absatzförderungsverordnungen hatte die Kommission in ihren Entscheidungen zur Genehmigung der Programme vorgeschrieben, dass Entwürfe des Werbematerials der Kommission zur Überprüfung vorzulegen sind. Dies wurde als notwendig angesehen aufgrund der Reaktionen der Öffentlichkeit auf Werbematerial, das irreführende Botschaften enthielt. Da die Vorschriften der neuen Regelung inzwischen ausreichend bekannt sind, wurde dieses Verfahren geändert (siehe Punkt 5.2).

4.1.4. *Unterrichtung gemäß Artikel 89 des Vertrags*

Die Bestimmungen des Vertrags über staatliche Beihilfen⁴ finden Anwendung, wenn die Behörden der Mitgliedstaaten Absatzförderungs- und Werbeaktionen für Marktordnungserzeugnisse entweder durch direkte finanzielle Beiträge aus ihren Haushaltsmitteln oder über andere staatliche Mittel, einschließlich steuerähnlicher Abgaben oder Pflichtbeiträge, bezuschussen. Solche Maßnahmen müssen der Kommission gemäß Artikel 89 des Vertrags mitgeteilt werden.

Die Kommission muss auch über die finanziellen Beiträge der Mitgliedstaaten im Rahmen der Verordnungen (EG) Nr. 2702/1999 und (EG) Nr. 2826/2000 unterrichtet werden. Dies ist eine unnötige Komplikation, da die von den Mitgliedstaaten bereitgestellten Mittel in diesem Fall einen Beitrag zu Programmen darstellen, die von der Gemeinschaft beschlossen wurden. Demzufolge sollte auf der Grundlage von Artikel 89 des Vertrags eine besondere Ausnahme vorgesehen werden, in Analogie zu dem Konzept, das im Rahmen der Verordnung (EG) Nr. 1257/1999 des Rates über die Förderung der Entwicklung des ländlichen Raums⁵ gewählt wurde. Entsprechende Änderungen der Verordnungen (EG) Nr. 2702/1999 und (EG) Nr. 2826/2000 werden in Anhang 5 vorgeschlagen.

4.1.5. *Wirksamkeit der Absatzförderungsstrategie*

Bei der derzeitigen Regelung handelt es sich um ein "*Bottom-up*"-System, bei dem der Inhalt der laufenden Programme hauptsächlich durch die Interessen und Initiativen der Branchen- und Dachverbände bestimmt wird, die in den einzelnen Mitgliedstaaten und auf europäischer Ebene tätig sind.

Eine Folge dieses "*Bottom-up*"-Systems ist, dass die in den Leitlinien (Binnenmarkt) festgelegte Strategie nicht vollständig und wirksam umgesetzt wird, insbesondere was

⁴ Einzelheiten in: - Gemeinschaftsrahmen für staatliche Beihilfen im Agrarsektor (ABl. C 28 vom 1.2.2000, S. 2);
- Gemeinschaftsleitlinien für staatliche Beihilfen zur Werbung für in Anhang I des EG-Vertrags genannte Erzeugnisse und bestimmte nicht in Anhang I genannte Erzeugnisse (ABl. C 252 vom 12.9.2001, S. 5).

⁵ Siehe Artikel 51 Absatz 1 Unterabsatz 2 der Verordnung (EG) Nr. 1257/1999 des Rates vom 17. Mai 1999 über die Förderung der Entwicklung des ländlichen Raums durch den Europäischen Ausrichtungs- und Garantiefonds für die Landwirtschaft (EAGFL) und zur Änderung bzw. Aufhebung bestimmter Verordnungen (ABl. L 160 vom 26.6.1999, S. 80), geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 1783/2003 des Rates vom 29. September 2003 (ABl. L 270 vom 21.10.2003, S. 70).

die Aufteilung der Haushaltsmittel auf die verschiedenen Erzeugnissektoren anbelangt. In den Leitlinien für die Absatzförderungsmaßnahmen im Binnenmarkt ist eine recht ausgewogene Verteilung der Maßnahmen zwischen den Erzeugnissektoren vorgesehen. Die antragstellenden Organisationen waren jedoch hauptsächlich am Sektor Obst und Gemüse interessiert (46 % der genehmigten Kofinanzierung) und schenken anderen für Fördermaßnahmen in Betracht kommenden Sektoren (Wein, Faserlein; grafisches Symbol für Regionen in äußerster Randlage) keine oder nur sehr wenig Beachtung.

Dass die geplante Strategie für die Absatzförderungs politik der Gemeinschaft nicht vollständig in die Praxis umgesetzt wird, zeigt sich auch an der begrenzten Anzahl von Programm vorschlägen, die für die Absatzförderung in Drittländern eingereicht wurden. Bei der Absatzförderung sowohl im Binnenmarkt als auch in Drittländern wurden die Haushaltsmittel nicht ausgeschöpft. Allerdings nimmt die Zahl der Programme für den Binnenmarkt zu, so dass die Ausführungsrate im Jahr 2004 100 % erreichen dürfte. Das Interesse der Mitgliedstaaten und Branchenverbände an der Absatzförderung in Drittländern ist bisher gering geblieben, obwohl gerade in diesem Bereich der Mehrwert von gemeinschaftsweiten Maßnahmen am größten sein könnte.

Die geltende Regelung bietet der Kommission relativ wenig Spielraum, um mit Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen auf Marktentwicklungen oder Krisensituationen zu reagieren oder die Verbraucher und andere Marktteilnehmer über neue Gemeinschaftsvorschriften (wie Etikettierungssysteme) zu informieren. Auf Drittlandsmärkten kann die Kommission auf eigene Initiative (in direkter Verwaltung) zu 100 % von der Gemeinschaft finanzierte Maßnahmen veranstalten wie die Teilnahme an Messen und Ausstellungen, Informationskampagnen über die EU-Qualitätsregelungen, Studien über neue Märkte, hochrangige Handelsdelegationen und Bewertungsstudien. Was den Binnenmarkt anbelangt, so beschränken sich die Möglichkeiten der Kommission, auf eigene Initiative zu handeln, auf die Teilnahme an bestimmten Messen und Ausstellungen und die Durchführung von Bewertungsstudien.

Angesichts des relativ geringen Interesses, das die Branchenverbände und die Mitgliedstaaten an der Durchführung von Absatzförderungsprogrammen in bestimmten Sektoren und insbesondere in Drittländern gezeigt haben, sollte die Kommission mehr Spielraum haben, um Informations- und Absatzförderungskampagnen von europäischem Interesse zu initiieren. Ein Vorschlag zur Änderung der beiden Verordnungen ist in Punkt 5.2 aufgeführt.

4.1.6. *Größenordnung und Wirksamkeit der Programme*

Ein weiteres Problem, das der Wirksamkeit der derzeitigen Strategie im Wege steht, ist die Aufteilung der verfügbaren Mittel auf eine relativ große Anzahl von Programmen, deren Mittelausstattung voraussichtlich zu gering ist, um eine nennenswerte Wirkung auf den Zielmärkten und bei den Verbrauchergruppen zu erreichen.

Aus einer externen Bewertung der früheren Absatzförderungs politik der Kommission (siehe Punkt 4.2) geht hervor, dass Absatzförderungsmaßnahmen das angestrebte Ziel nur erreichen, wenn sie eine Laufzeit von mehr als einem Jahr haben und breit genug angelegt sind. Vorrang sollten daher die Programme haben, deren Laufzeit und Mittelausstattung ausreichen, um den Bekanntheitsgrad des betreffenden Erzeugnisses oder die Einstellung der Verbraucher ihm gegenüber zu beeinflussen.

Ein Großteil der laufenden Programme hat eine eher begrenzte Reichweite: ein Drittel verfügt über eine Mittelausstattung von weniger als 600 000 EUR; bei 15 % der Binnenmarktprogramme und bei 13 % der Drittländerprogramme liegt die Mittelausstattung unter 300 000 EUR. Groß angelegte Programme mit einer Mittelausstattung von über 2 Mio. EUR machen rund ein Fünftel der laufenden Programme aus (nähere Angaben: siehe Anhang 4).

Will man vermeiden, dass die Mittel auf ineffiziente Programme aufgeteilt werden, die einen unverhältnismäßig großen Teil an administrativen Ressourcen verbrauchen, und dass ein unverhältnismäßig großer Teil der Mittel an eine kleine Anzahl von Programmen geht, die nur einigen Mitgliedstaaten zugute kommen, so sollte man eine minimale und maximale Mittelausstattung für die in Betracht kommenden Programme festlegen. Die Risiken sind aus den Tabellen 5 und 11 in Anhang 4 ersichtlich, wonach 35 % des gesamten Kofinanzierungsbetrags für Binnenmarktprogramme auf sechs große Programme entfallen. Derartige Situationen lassen sich vermeiden, indem in den Ratsverordnungen die Möglichkeit vorgesehen wird, Mindest- und Höchstgrenzen für die zulässige Mittelausstattung von kofinanzierten Absatzförderungsprogrammen festzusetzen. Ein entsprechender Vorschlag ist unter Punkt 5.2 aufgeführt.

4.1.7. *Absatzförderung im Rahmen der Maßnahmen zur Entwicklung des ländlichen Raums*

Im Rahmen der GAP-Reform wurde in die Regelung für die Förderung der Entwicklung des ländlichen Raums⁶ ein Kapitel über Lebensmittelqualität aufgenommen. In einer der neuen Fördermaßnahmen für die Entwicklung des ländlichen Raums ist vorgesehen, dass eine Gemeinschaftsbeihilfe für Absatzförderungsmaßnahmen im Rahmen der Entwicklungsprogramme der Mitgliedstaaten für den ländlichen Raum gewährt werden kann. Informations-, Absatzförderungs- und Werbemaßnahmen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel, die unter bestimmte gemeinschaftliche oder einzelstaatliche Lebensmittelqualitätsregelungen fallen, kommen für eine Gemeinschaftsbeihilfe in Höhe von bis zu 70 % der zuschussfähigen Kosten in Betracht. Die Beihilfe ist insbesondere bestimmt für Erzeugnisse mit einer geschützten geografischen Angabe, einer geschützten Ursprungsbezeichnung oder einer Bescheinigung besonderer Merkmale, für Erzeugnisse des ökologischen Landbaus/der biologischen Landwirtschaft und Qualitätsweine sowie für Erzeugnisse, die unter von den Mitgliedstaaten anerkannte Lebensmittelqualitätsregelungen fallen.

Die beiden Absatzförderungsregelungen ergänzen sich, aber sie unterscheiden sich auch in folgenden Punkten:

- Im Rahmen der Entwicklung des ländlichen Raums werden Beihilfen für die Absatzförderung nur für Binnenmarktmaßnahmen gewährt.
- Im Rahmen der Entwicklung des ländlichen Raums werden Beihilfen für die Absatzförderung nur Erzeugergemeinschaften gewährt, während die generische Absatzförderung den repräsentativen Branchen- und Dachverbänden des betreffenden Sektors zugute kommt.

⁶ Verordnung (EG) Nr. 1783/2003 zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 1257/1999 über die Förderung der Entwicklung des ländlichen Raums durch den Europäischen Ausrichtungs- und Garantiefonds für die Landwirtschaft (EAGFL).

- Im Rahmen der Entwicklung des ländlichen Raums sind die Beihilfen für Absatzförderungs- und Informationskampagnen für spezifische Agrarerzeugnisse und Lebensmittel bestimmt, die im Rahmen einer anerkannten Qualitätsregelung erzeugt werden; die Beihilfen für die Absatzförderung im Rahmen der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 (Absatzförderung im Binnenmarkt) konzentrieren sich auf generische Kampagnen für einen Sektor, ein Thema, ein Erzeugnis oder eine Herstellungsmethode.

Obwohl die beiden Regelungen im Prinzip verschieden sind, sind einige der genehmigten Binnenmarktprogramme für Erzeugnisse mit einer geografischen Angabe in der Praxis mit der Art von Maßnahmen vergleichbar, die im Rahmen der Regelung für die Entwicklung des ländlichen Raums für eine Förderung in Betracht kommen. Wie unter Punkt 5.2 ausgeführt, sollten Überschneidungen möglichst gering gehalten werden.

4.2. Ergebnisse einer externen Bewertung der EU-Absatzförderungspolitik

Zu Beginn des Jahres 2003 hat die Kommission eine externe Bewertung der gemeinschaftlichen Absatzförderungspolitik im Zeitraum 1994–2000 zum Abschluss gebracht. Zwar betrifft diese Studie nur die Politik, die vor Einführung der derzeitigen Regelung angewandt wurde, doch sind einige Ergebnisse auch für die geltende Regelung von Interesse:

- Die allgemeine Absatzförderung durch die Gemeinschaft hat in Drittländern zu einer Verbesserung des Images der europäischen Erzeugnisse und der Verbraucherkenntnisse über die Qualität dieser Erzeugnisse (dies gilt insbesondere für Olivenöl) geführt. Im Binnenmarkt haben die Maßnahmen dazu beigetragen, die kommerziellen Rahmenbedingungen zu schaffen, die erforderlich sind, um für die Erzeugnisse neue Märkte zu erschließen.
- In einigen Fällen reichten die Investitionen in Absatzförderungskampagnen nicht aus, um eine Wirkung zu erzielen. Im Allgemeinen sind ein selektives Vorgehen und eine relativ hohe Mittelausstattung erforderlich.
- Die durch die Gemeinschaft finanzierten generischen Werbekampagnen hatten generell keinen systematischen Multiplikatoreffekt für private Investitionen in Absatzförderungsmaßnahmen. Sie haben allerdings den Weg für private Maßnahmen geebnet, insbesondere dort, wo der Markt für die betreffenden Erzeugnisse noch nicht erschlossen war.
- Auf einem Markt, auf dem private Handelsmarken dominieren, haben die Gemeinschaftskampagnen relativ wenig Einfluss auf die Privatunternehmen. In diesen Fällen bleibt der Mehrwert der EU-Absatzförderung begrenzt, da private Handelsmarken miteinander konkurrieren, um ihren Marktanteil zu vergrößern und dabei Werbegelder einsetzen, die die von der Gemeinschaft aufgebrauchten Mittel weit überschreiten.
- Was die Synergien zwischen einzelstaatlichen und EU-weiten Kampagnen angeht, so gab es in einigen Fällen zahlreiche Berührungspunkte zwischen den gemeinschaftlichen und einzelstaatlichen Maßnahmen, die einander somit verstärkten, während andere deutlich unterschiedliche Ziele verfolgten und unterschiedliche Inhalte hatten.
- Es ist schwierig, die Wirkung von Absatzförderungsaktionen der Gemeinschaft im nachhinein zu bewerten, da Faktoren wie Exposition, Teilnahme usw. während und unmittelbar im Anschluss an die Kampagnen nicht systematisch

gemessen werden. Die Messung der Ergebnisse sollte ein integrierter Bestandteil der Absatzförderungsmaßnahmen sein.

4.3. Vorschläge der Branchenverbände

Bei der Ausarbeitung des Berichts hat die Kommission die Branchenverbände verschiedener Agrarsektoren gehört. In ihren Beiträgen hoben diese insbesondere folgende Themen hervor:

- *Die Vorlage der Vorschläge und die Verwaltung der Programme sind mit einem zu großen Verwaltungsaufwand verbunden.*

Kritisiert wird die Zeitspanne zwischen der Einreichung der Vorschläge und der endgültigen Entscheidung und die Vielzahl an Details, die bereits in diesem frühen Stadium anzugeben sind, sowie die mangelnde Transparenz der Kommissionsentscheidungen über die Genehmigung bzw. Ablehnung der Vorschläge. Was die Verwaltung der laufenden Programme betrifft, so wird die Vorschrift kritisiert, wonach Entwürfe des Werbematerials den zuständigen Behörden der Mitgliedstaaten und der Kommission zur Kontrolle vorzulegen sind. Auch werden die Anforderungen in Bezug auf die Berichterstattung als übertrieben angesehen.

Die Kommission stimmt zu, dass das Verfahren zur Genehmigung von Kofinanzierungsvorschlägen und die Verwaltung der laufenden Programme vereinfacht werden sollten. Entsprechende Vorschläge sind unter Punkt 5.2 aufgeführt.

Was die Transparenz bezüglich der Gründe für die Ablehnung eines Vorschlags betrifft, so begründet die Kommission ihre Entscheidung in einem Informationsblatt, das für jeden Vorschlag erstellt und an die Vertreter der Mitgliedstaaten im Verwaltungsausschuss verteilt wird. Es ist ihre Aufgabe, die Antragsteller über die Entscheidung und die Motive zu informieren. Die Kommission hat der Ständigen Gruppe "Werbung für landwirtschaftliche Erzeugnisse" des Beratenden Ausschusses "Qualität und Gesundheit der landwirtschaftlichen Erzeugung" auf deren Anfrage hin Kopien dieser Informationsblätter übermittelt.

- *Die Bestimmungen für die Auswahl der Durchführungsstellen sind zu komplex.*

Gemäß den geltenden Verordnungen müssen die antragstellenden Organisationen die Durchführungsstellen für die Programme auswählen, bevor der betreffende Mitgliedstaat den Vorschlag einreicht. Die Durchführungsstelle, die im Wege einer Ausschreibung auszuwählen ist, muss unabhängig sein und darf keine Verbindung zur antragstellenden Organisation haben. Durch diesen vorgeschriebenen Wettbewerb soll dafür gesorgt werden, dass die Kosten unter Kontrolle bleiben, und vermieden werden, dass eine begrenzte Anzahl von Organisationen *de facto* das Monopol für die Durchführung von Absatzförderungsmaßnahmen hat.

Die Branchenverbände kritisieren diese Regelung nicht allein wegen des Risikos und der zusätzlichen Kosten, die damit für die antragstellende Organisation einhergehen, sondern auch, weil in einigen Ländern und für bestimmte Arten von Aktivitäten (insbesondere Messen und Ausstellungen) die Organisationen, die die Vorschläge einreichen, gleichzeitig die erforderliche Erfahrung und Sachkenntnis für die Durchführung von Absatzförderungsmaßnahmen mitbringen.

Die Kommission teilt die Ansicht, dass die Vorschriften über die Durchführungsstellen und ihre Auswahl vereinfacht und präzisiert werden können. Entsprechende Vorschläge sind unter Punkt 5.2 aufgeführt.

- *Es ist eine ausreichende Mittelausstattung zu gewährleisten, und die Kofinanzierung durch die Mitgliedstaaten sollte nicht obligatorisch sein.*

Die Branchenverbände sind der Meinung, dass die gemeinschaftliche Kofinanzierung von Absatzförderungsmaßnahmen wünschenswert ist und insbesondere im Rahmen der Binnenmarktregelung beibehalten werden muss. Mit Blick auf die Erweiterung wurde eine Mittelaufstockung vorgeschlagen.

Es gibt mehrere Vorschläge, die Beteiligungssätze der Mitgliedstaaten und der Branchenverbände an dem nichtgemeinschaftlichen Teil (50 %) der Programmkosten zu ändern. Die Vorschrift, dass sich die Mitgliedstaaten mit 20 % an den Kosten beteiligen müssen, beschränkt die Teilnahmemöglichkeiten für die Branchenverbände in den Fällen, in denen der Mitgliedstaat keine Mittel für den betreffenden Zweck bereitgestellt hat.

Die Kommission teilt die Auffassung, dass bei der Finanzierung des nicht durch die Gemeinschaft finanzierten Teils mehr Flexibilität eingeräumt werden könnte. Entsprechende Vorschläge sind unter Punkt 5.2 aufgeführt.

- *Das Verzeichnis der für Fördermaßnahmen in Betracht kommenden Erzeugnisse sollte erweitert werden.*

Die für eine Kofinanzierung im Rahmen der Verordnungen (EG) Nr. 2702/1999 und (EG) Nr. 2826/2000 in Betracht kommenden Erzeugnisse sind in den Anhängen der entsprechenden Kommissionsverordnungen⁷ festgelegt, die alle zwei Jahre zu überprüfen sind. Seit Verabschiedung der Durchführungsvorschriften wurden diese Verzeichnisse bereits mehrmals geändert. So wurden Waren des Blumenhandels und lebende Pflanzen in das Verzeichnis der für Fördermaßnahmen in Drittländern in Betracht kommenden Erzeugnisse und Olivenöl und Faserlein in das Verzeichnis für Binnenmarktmaßnahmen aufgenommen. Die Branchen- und Dachverbände und einige Mitgliedstaaten haben vorgeschlagen, bestimmte Erzeugnisse in diese Verzeichnisse aufzunehmen, die überprüft werden sollten, sobald die Marktentwicklung dies rechtfertigt.

Die Kommission stimmt zu, dass das Verzeichnis der in Frage kommenden Erzeugnisse unter Berücksichtigung der Marktlage und des Bedarfs in den verschiedenen Sektoren angepasst werden sollte. Im ersten Halbjahr 2004 soll mit der Prüfung der betreffenden Anhänge in den Durchführungsvorschriften begonnen werden.

5. SCHLUSSFOLGERUNGEN UND ZU TREFFENDE MAßNAHMEN

5.1. Allgemeine Schlussfolgerungen

Mit der Festlegung einer neuen Absatzförderungs politik in den Jahren 1999/2000 wurden einige wichtige Änderungen an den bisherigen Absatzförderungsmaßnahmen vorgenommen:

⁷ Siehe Verweise auf die Kommissionsverordnungen in Abschnitt 3.1.

- Wechsel zu einem System der indirekten Verwaltung durch die Kommission, bei dem die Branchenverbände und die Mitgliedstaaten die Initiative ergreifen und für die Verwaltung zuständig sind;
- harmonisierte dreiseitige Kofinanzierung für alle in Betracht kommenden Sektoren, wobei die EU, die Mitgliedstaaten und die Branchenverbände jeweils einen Teil der Finanzierung übernehmen;
- Nachdruck auf dem generischen Charakter der gemeinschaftlichen Absatzförderung, wobei sich die Maßnahmen besonders auf Sektoren und Themen statt auf spezifische Erzeugnisse konzentrieren.

Die Durchführung der beiden Ratsverordnungen, in denen die neue Politik festgelegt ist, ist erst im Jahr 2001 für die Drittländerprogramme und im Jahr 2002 für die Binnenmarktprogramme allmählich angelaufen, so dass die Regelung erst im Jahr 2003 vollständig operationell war. Es ist daher zu früh, um die Ergebnisse der im Rahmen der neuen Regelung gestarteten Absatzförderungsmaßnahmen zu beurteilen. Gegen Ende 2006 sollte ein zweiter Bericht über die Durchführung der Verordnungen (EG) Nr. 2702/1999 und (EG) Nr. 2826/2000 vorgelegt werden, in dem die Funktionsweise der Regelung und die erzielten Ergebnisse analysiert werden.

Der administrative Rahmen für die Anwendung der Regelung steht inzwischen fest, und die Branchenverbände, die eine zentrale Rolle bei der Initiierung von Programmen spielen, können sich allmählich mit den Bestimmungen vertraut machen. Insgesamt verläuft die Durchführung plangemäß, abgesehen von den beiden folgenden Problemen, für die eine Lösung gefunden werden muss:

- Die Branchenverbände und Mitgliedstaaten zeigten großes Interesse an der Durchführung von Binnenmarktprogrammen. Ein Teil der Vorschläge ist jedoch hauptsächlich von nationalem Interesse und hat nur einen begrenzten europäischen Mehrwert. Es sollte daher mehr Nachdruck auf Programme von gemeinschaftsweitem Interesse und auf Synergien zwischen einzelstaatlichen und gemeinschaftlichen Maßnahmen gelegt werden.
- Weniger interessiert waren die Branchenverbände dagegen an der Absatzförderung in Drittländern. Die Zahl der eingereichten Vorschläge ist begrenzt, und auch wenn die Qualität einiger der laufenden Programme als gut zu bewerten ist, so reicht der Bestand an Drittländerprogrammen nicht aus, um eine deutliche Sichtbarkeit der europäischen Erzeugnisse zu erreichen. Es sind effizientere Mechanismen erforderlich, um hochwertige Exportförderprogramme mit einer großen Sichtbarkeit aufzustellen. Die Kommission muss mehr Möglichkeiten erhalten, um in Zusammenarbeit mit interessierten Mitgliedstaaten und deren nationalen Absatzförderungseinrichtungen Initiativen zu starten.

5.2. Maßnahmen

Nach Ansicht der Kommission sollte die geltende Regelung für die Absatzförderungsmaßnahmen, die in den Verordnungen (EG) Nr. 2702/1999 und (EG) Nr. 2826/2000 festgelegt ist, mit ihren wichtigsten Merkmalen beibehalten werden. Um die Funktionsweise der Regelung zu verbessern und ihre Verwaltung zu vereinfachen, sind folgende Anpassungen erforderlich. Die entsprechenden Vorschläge zur Änderung der Ratsverordnungen sind diesem Bericht beigelegt.

Europäische Dimension der Absatzförderungsprogramme

- Mehrländerprogramme sollten weiterhin Vorrang haben, wobei Maßnahmen zu treffen sind, um ihre Verwaltung zu vereinfachen. Die Kommission wird zu diesem Zweck z.B. längere Fristen für die Vertragsunterzeichnung einräumen, ein differenziertes Vertragsmodell für Mehrländerprogramme ausarbeiten und in die Durchführungsvorschriften Bestimmungen über die organisatorischen Modalitäten und Kosten für die Koordinierung der Programme aufnehmen.
- Es muss ein Mechanismus geschaffen werden, der es erlaubt, die Komplementarität und die Synergien zwischen regionalen und/oder nationalen und gemeinschaftlichen kofinanzierten Programmen weiter zu fördern. Zu diesem Zweck wird die Kommission eine Arbeitsgruppe einsetzen, die sich aus Vertretern der Kommission und der Behörden, die in den betreffenden Mitgliedstaaten für die einzelstaatliche Absatzförderungs politik zuständig sind, sowie Vertretern von öffentlichen oder halböffentlichen Einrichtungen, die nationale Kampagnen veranstalten, und sonstigen Sachverständigen zusammensetzt.

Diese Gruppe sollte den Auftrag haben,

- Empfehlungen für die Entwicklung einer gemeinschaftlichen Absatzförderungsstrategie zu formulieren,
- Kooperationsverbände und gemeinsame Initiativen der Mitgliedstaaten und der einzelstaatlichen und gemeinschaftlichen Einrichtungen, die sich mit Absatzförderungsmaßnahmen befassen, zu fördern,
- Initiativen zur Aufstellung von gemeinsamen Absatzförderungsmaßnahmen in Drittländern, an denen mehreren Mitgliedstaaten beteiligt sind, zu ergreifen.

Qualität der Vorschläge

- Die Mitgliedstaaten müssen die Bewertung der Vorschläge verstärken, so dass die für eine Förderung nicht in Betracht kommenden Fälle bereits auf ihrer Ebene abgelehnt werden. Sie müssen sicherstellen, dass ihre Aufrufe zur Einreichung von Vorschlägen ausreichend deutliche Anweisungen bezüglich der Förderfähigkeit der Vorschläge enthalten.
- Die Kommission wird Ratschläge zur Ausarbeitung der Vorschläge und zur Förderfähigkeit der Programme erteilen. In einer den Durchführungsvorschriften als Anhang beizufügenden Leitlinie soll angegeben werden, wie die einzureichenden Vorschläge aufgebaut sein müssen und welche Angaben sie mindestens enthalten sollten.

Bessere Verwaltung und vereinfachte Verfahren

- Um die von den Branchenverbänden kritisierte Doppelkontrolle durch die Mitgliedstaaten und die Kommission zu vermeiden, wird die Kommission Entwürfe von Werbematerial nicht länger im Voraus überprüfen. Daher müssen die zuständigen Behörden der Mitgliedstaaten dafür sorgen, dass ausreichende Mittel für die Verwaltung und Kontrolle der Programme, für die sie verantwortlich sind, zur Verfügung stehen. Auch müssen sie darauf achten, dass die Vereinbarkeit und Angemessenheit des mit ihrer Genehmigung veröffentlichten Werbematerials überprüft wird. Zur Erleichterung ihrer Aufgaben wird die Kommission ihnen eine Dokumentation zur Verfügung stellen mit Angaben darüber, welche wichtigen Aspekte vor der Freigabe zur

Veröffentlichung zu überprüfen sind. Erforderlichenfalls berät sie die Kommission in Fragen zur Vereinbarkeit des Werbematerials mit den europäischen Rechtsvorschriften.

- Die in den Durchführungsvorschriften festgelegten Anforderungen in Bezug auf die Berichterstattung werden vereinfacht, indem die Anzahl der jährlich vorzulegenden Berichte verringert wird. Die Kommission wird eine entsprechende Änderung der Durchführungsvorschriften vornehmen.
- Die Kommission nimmt die erforderlichen Vor-Ort-Kontrollen vor und beteiligt sich an den Programmkontrollen, die die Mitgliedstaaten gemäß den Durchführungsvorschriften der Verordnungen (EG) Nr. 2702/1999 und (EG) Nr. 2826/2000 vornehmen müssen.
- Im Rahmen der Drittländerprogramme müssen Begleitgruppen eingesetzt werden, die sich aus Vertretern der Kommission, der betreffenden Mitgliedstaaten und der beteiligten Organisationen zusammensetzen. Da sich diese Gruppen als nützliches Instrument für die Überwachung der ordnungsgemäßen Durchführung der Programme erwiesen haben, sollten diese auch in die Verordnung für Binnenmarktprogramme aufgenommen werden. Im beiliegenden Verordnungsvorschlag ist eine entsprechende Änderung der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 vorgesehen.
- Die Kommission schlägt vor, die Verordnungen (EG) Nr. 2702/1999 und (EG) Nr. 2826/2000 dahingehend zu ändern, dass für die finanziellen Beiträge, die die Mitgliedstaaten im Rahmen dieser beiden Verordnungen für Absatzförderungsmaßnahmen bereitstellen, eine Ausnahme von der Unterrichtungspflicht gemäß den Artikeln 87 bis 89 des Vertrags gewährt wird.
- Zwar muss die allgemeine Bestimmung, wonach die Durchführungsstellen im Wege einer Ausschreibung auszuwählen sind, beibehalten werden, doch können die Vorschriften über die Durchführungsstellen und ihre Auswahl vereinfacht und präzisiert werden. So könnte vorgesehen werden, dass unter bestimmten Bedingungen eine beteiligte Organisation die Möglichkeit hat, spezifische, genau umrissene Maßnahmen eines Programms durchzuführen, und eine Durchführungsstelle ausgewählt wird, nachdem die Kommission den Vorschlag genehmigt hat. Die Kommission wird die notwendigen Änderungen der Durchführungsvorschriften vornehmen.

Eine wirksamere Absatzförderungsstrategie

- Die Bestimmung, wonach zu 100% von der Gemeinschaft finanzierte Informationskampagnen veranstaltet werden können, sollte auf den Binnenmarkt ausgedehnt werden und nicht nur für Informationen über Ursprungsbezeichnungen und Erzeugnisse des ökologischen Landbaus/der biologischen Landwirtschaft, sondern auch für Informationen über sonstige Gemeinschaftsregelungen wie die Etikettierungsbestimmungen und die Qualitätsnormen gelten.
- Die Kommission sollte die Möglichkeit haben, Absatzförderungs- und Informationskampagnen in Drittländern für Sektoren, Erzeugnisse oder Themen zu lancieren, die von europäischem Interesse sind und für die die Branchenverbände und/oder Mitgliedstaaten kein Interesse gezeigt haben.
- Die oben beschriebene Arbeitsgruppe gibt Ratschläge zu Maßnahmen, die von der Kommission in die Wege geleitet werden. Die Ständige Gruppe "Werbung

für landwirtschaftliche Erzeugnisse" des Beratenden Ausschusses "Qualität und Gesundheit der landwirtschaftlichen Erzeugung" kann ebenfalls konsultiert werden.

- Um einerseits eine Aufteilung der Mittel auf kleine und erfolglose Programme zu vermeiden und andererseits eine ausgewogene Verteilung der Haushaltsmittel zu gewährleisten, sollte in den Verordnungen (EG) Nr. 2702/1999 und (EG) Nr. 2826/2000 vorgesehen werden, dass die Kommission in den von ihr festzulegenden Durchführungsvorschriften Ober- und Untergrenzen für die annehmbaren Kosten von kofinanzierten Absatzförderungsprogrammen festsetzen kann.

Der beiliegende Verordnungsvorschlag sieht entsprechende Änderungen der Verordnungen (EG) Nr. 2702/1999 und (EG) Nr. 2826/2000 vor.

Koexistenz mit der Absatzförderung im Rahmen der Regelung für die Entwicklung des ländlichen Raums

- Die parallele Anwendung dieser beiden Regelungen sollte sorgfältig beobachtet werden, und die Komplementarität der Regelungen sollte in einem gegen Ende 2006 vorzulegenden Bericht bewertet werden.
- Die Kommission wird die Durchführungsvorschriften zur Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 des Rates ändern, um Überschneidungen der beiden Förderregelungen zu vermeiden.

Beteiligungssätze

- Die dreiseitige Kofinanzierung der Absatzförderungsprogramme und die für die bestehende Regelung geltende indirekte Verwaltung sollten als wichtigster Mechanismus der Gemeinschaftsförderung für Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarerzeugnisse beibehalten werden. Allerdings könnte für den nicht durch die Gemeinschaft finanzierten Teil mehr Flexibilität eingeräumt werden, wobei die Beteiligung der Gemeinschaft 50% der tatsächlichen Programmkosten nicht überschreiten sollte.
- Aus der Tatsache, dass steuerähnliche Abgaben als Finanzierungsquelle akzeptiert werden, ergibt sich bereits *de facto*, dass bestimmte beteiligte Organisationen den Gesamtbetrag des nicht von der Gemeinschaft finanzierten Teils übernehmen. Diese Möglichkeit sollte weiterhin bestehen und mit den obligatorischen Finanzierungsanteilen (derzeit MS 20% – beteiligte Organisation 30%) könnte flexibler umgegangen werden, so dass die Mitgliedstaaten von Fall zu Fall über den einem Programm zugewiesenen Finanzierungsanteil entscheiden könnten. Ein Mindestbeitrag der beteiligten Organisation (z.B. 20%) sollte jedoch vorgeschrieben sein. Der beiliegende Verordnungsvorschlag sieht entsprechende Änderungen der Verordnungen (EG) Nr. 2702/1999 und (EG) Nr. 2826/2000 vor.
- Selbst wenn der Mitgliedstaat nur einen kleinen oder keinen finanziellen Beitrag leisten würde, sollte er weiterhin für die Leitung und Kontrolle der Programme verantwortlich sein. Die derzeitige Regelung, wonach die indirekte Verwaltung über das Zahlungs- und Kontrollsystem des EAGFL verläuft und bei dem die Mitgliedstaaten eine zentrale Verwaltungsrolle spielen, sollte nicht gegen ein System ausgewechselt werden, bei dem die Kommission direkte Zuschüsse an die beteiligten Organisationen zahlt, auch wenn die Kofinanzierungssätze flexibler gehandhabt werden dürfen.

- Um die Ausarbeitung und Beurteilung der Vorschläge zu vereinfachen, sollte die Bestimmung über die degressiv gestaffelte Beteiligung der Gemeinschaft an mehrjährigen Programmen (60%–40%) gestrichen werden und die Gemeinschaftsbeteiligung je Programmjahr 50% betragen. Der beiliegende Verordnungsvorschlag sieht entsprechende Änderungen der Verordnungen (EG) Nr. 2702/1999 und (EG) Nr. 2826/2000 vor.

Haushaltsmittel

- Angesichts der Erweiterung sollte der Gesamtbetrag der Mittelausstattung für Absatzförderungsmaßnahmen im Rahmen der Verordnungen (EG) Nr. 2702/1999 und (EG) Nr. 2826/2000 mindestens auf seinem derzeitigen Niveau bleiben. Innerhalb dieser Gesamtmittelausstattung sollten die Mittel jedoch schrittweise von Binnenmarktmaßnahmen auf Maßnahmen in Drittländern verlagert werden, wobei abzuwägen ist, wie realistisch die Aussichten sind, auf diesen Märkten wirksame Programme aufstellen zu können.

Für Fördermaßnahmen in Betracht kommende Erzeugnisse und Themen

- Der bestehende Mechanismus für die Festlegung der für Fördermaßnahmen in Betracht kommenden Erzeugnisse und Sektoren ist solide und sollte daher nicht geändert werden. Grundlage für Entscheidungen über die Aufnahme oder den Ausschluss von Erzeugnissen sollten eine allgemeine Beurteilung der Marktlage und der Marktaussichten für die betreffenden Erzeugnisse, das Verhältnis zwischen Ein- und Ausfuhren und die Entwicklung in den betreffenden Sektoren sowie die Notwendigkeit sein, die Verbraucher über Regelungen für geografische Angaben, Etikettierungs- und Qualitätssicherungssysteme zu unterrichten. Die Kommission sollte weiterhin die Erzeugnisse nach Konsultation des Verwaltungsausschusses und der Ständigen Gruppe "Werbung für landwirtschaftliche Erzeugnisse" des Beratenden Ausschusses "Qualität und Gesundheit der landwirtschaftlichen Erzeugung" und mit Hilfe externer Sachverständiger festlegen.
- Die Kommission wird die Verordnungen, in denen die in Betracht kommenden Erzeugnisse, Sektoren und Märkte festgelegt sind, 2004 unter Berücksichtigung der Vorschläge der Branchenverbände und Mitgliedstaaten überprüfen. Das entsprechende Verzeichnis sollte ausgewogen sein, so dass alle Mitgliedstaaten an Absatzförderungsmaßnahmen teilnehmen können, insbesondere wenn es sich um Erzeugnisse handelt, die in Drittländern oder im Binnenmarkt einem verschärften Konkurrenzdruck durch Einfuhrerzeugnisse ausgesetzt sind.

Vereinfachung der Rechtsvorschriften

- Die Erfahrung hat gezeigt, dass für die praktische Durchführung der beiden in den Verordnungen (EG) Nr. 2702/1999 und (EG) Nr. 2826/2000 festgelegten Regelungen vergleichbare Verfahren für die Einreichung der Vorschläge, die Entscheidungsfindung und die Begleitung angewendet werden können. Im beiliegenden Vorschlag ist eine Harmonisierung der entsprechenden Bestimmungen der beiden Ratsverordnungen vorgesehen.

**ANHANG 1 – FÜR EINE KOFINANZIERUNG DER GEMEINSCHAFT IN BETRACHT KOMMENDE
ERZEUGNISSE UND MÄRKTE**

1. IN BETRACHT KOMMENDE MÄRKTE UND ERZEUGNISSE (DRITTLÄNDER)

*(Verordnung (EG) Nr. 2879/2000 der Kommission, zuletzt geändert durch die
Verordnung (EG) Nr. 2171/2003)*

Märkte

- | | |
|-------------|-----------------------------|
| – Schweiz | – Südostasien |
| – Norwegen | – Indien |
| – Rumänien | – Naher und Mittlerer Osten |
| – Bulgarien | – Nordafrika |
| – Russland | – Südafrika (Republik) |
| – Japan | – Nordamerika |
| – China | – Lateinamerika |
| – Südkorea | – Australien und Neuseeland |

Erzeugnisse

- | | |
|--|---|
| – Rind- und Schweinefleisch, frisch, gekühlt
oder gefroren; Verarbeitungserzeugnisse
oder Zubereitungen daraus | – Spirituosen mit geografischer Angabe oder
geschützter traditioneller Bezeichnung |
| – Qualitätsgeflügel Fleisch | – Obst und Gemüse, frisch oder verarbeitet |
| – Käse und Joghurt | – Verarbeitungserzeugnisse aus Getreide und
Reis |
| – Olivenöl und Tafeloliven | – Faserlein |
| – Tafelweine mit geografischer Angabe,
Qualitätsweine b.A | |

2. IN BETRACHT KOMMENDE ERZEUGNISSE (BINNENMARKT)

*(Verordnung (EG) Nr. 94/2002 der Kommission, zuletzt geändert am 2.2.2004 durch
die Verordnung (EG) Nr. 185/2004)*

- Frisches Obst und Gemüse,
- Verarbeitungserzeugnisse aus Obst und Gemüse,
- Milcherzeugnisse,
- Qualitätsweine b.A., Tafelweine mit geografischer Angabe,
- Olivenöl und Tafeloliven,
- lebende Pflanzen und Waren des Blumenhandels,
- Faserlein,
- Rindfleisch, frisch, gekühlt oder gefroren,
- Eier.

ANHANG 2 – ABSATZFÖRDERUNGSMASSNAHMEN: FINANZIERUNGSMÖGLICHKEITEN

Art der Maßnahme	Branchen- und Dachverbände	Mitgliedstaat	EU	Anmerkung
PR, Werbung, Absatzförderung	30 % 50 %	20 % –	50 % 50 %	Ausnahmefälle
Events, Messen, Ausstellungen	30 % –	20 % –	50 % 100 %	in bestimmten Fällen
Info-Kampagnen über Qualitätsweine b.A.	30 %	20 %	50 %	
Marktstudien (nur Drittländer)	30 % –	20 % –	50 % 100 %	in bestimmten Fällen
Info-Kampagnen über die Regelungen für g.U., g.g.A., g.t.S. und ökologisch/biologisch erzeugte Produkte	30 % –	20 % 50 %	50 % 50 %	nur im Binnenmarkt im Binnenmarkt, wenn keine Vorschläge des Handels vorliegen
Besuche auf hochrangiger Ebene (nur Drittländer)	–	–	100 % 100 %	nur in Drittländern
Bewertung	–	–	100 %	

Artikel 2, 7 und 9 der Verordnung (EG) Nr. 2702/1999 des Rates und Artikel 2, 6, 7 und 9 der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 des Rates.

ANHANG 3 – FÜR DRITTLANDSMÄRKTE UND DEN BINNENMARKT EINGEGANGENE VORSCHLÄGE

1. VORSCHLÄGE FÜR DRITTLANDSMÄRKTE

Erste Reihe: Entscheidung C(2001) 4005 vom 18.12.2001 (Drittländer)

- 33 Vorschläge im Gesamtwert von 50,3 Mio. EUR;
- 18 Programme wurden für eine Kofinanzierung ausgewählt; sie sehen Absatzförderungsmaßnahmen im Gesamtwert von 19,6 Mio. EUR (davon EU-Beteiligung: 9,8 Mio. EUR) vor;
- wichtigste Zielregionen und -länder: der Ferne Osten, die USA und die Beitrittsländer. Erzeugnisse: Wein, Obst und Gemüse, Käse und Schweinefleisch;
- von den 18 Programmen haben 6 eine Laufzeit von 1 Jahr (2002), 3 eine Laufzeit von 2 Jahren und 9 eine Laufzeit von 3 Jahren.

Zweite Reihe: Entscheidung C(2003) 15 vom 16.1.2003 (Drittländer)

- 19 Vorschläge im Gesamtwert von 24,3 Mio. EUR;
- 6 Programme im Gesamtwert von 14,1 Mio. EUR (davon EU-Beteiligung: 7,0 Mio. EUR) wurden für eine Kofinanzierung ausgewählt;
- wichtigste Zielländer: Japan, USA, Kanada, Russland, Polen und Tschechische Republik. Erzeugnisse: Wein, Obst und Gemüse, Käse und Schweinefleisch;
- ein belgisches Programm wurde vom Antragsteller vor Unterzeichnung des Vertrags zurückgenommen. Von den restlichen 5 Programmen haben 3 eine Laufzeit von 2 Jahren und 2 eine Laufzeit von 3 Jahren (2003–2005).

Dritte Reihe: C(2003) 3404 vom 29.9.2003 (Drittländer)

- Zehn Programmanschläge im Gesamtwert von 13,15 Mio. EUR;
- sieben förderfähige Programme im Gesamtwert von 11,6 Mio. EUR (davon EU-Beteiligung: 5,8 Mio. EUR);
- die meisten der genehmigten Programme waren für mehrere Erzeugnisse gleichzeitig beantragt worden;
- vier der sieben Programme stammten aus Italien, bei den restlichen handelte es sich um gemeinsame Maßnahmen mehrerer Mitgliedstaaten.

2. VORSCHLÄGE FÜR DEN BINNENMARKT

Erste Reihe: Entscheidung C(2002) 3116 endg. vom 22.8.2002 (Binnenmarkt)

- 120 Vorschläge im Gesamtwert von 154 Mio. EUR. Mit Ausnahme von Luxemburg nahmen alle Mitgliedstaaten teil;
- 40 Programme im Gesamtwert von 64,2 Mio. EUR (davon EU-Beteiligung: 32,1 Mio. EUR) wurden für eine Kofinanzierung ausgewählt;
- wichtigste Zielmärkte sind die der größeren Mitgliedstaaten. Erzeugnisse: Wein, Obst und Gemüse, Milch und Käse, ökologisch/biologisch erzeugte Produkte, Blumen und Etikettierungssysteme;
- von den 40 Programmen haben 7 eine Laufzeit von 1 Jahr, 8 eine Laufzeit von 2 Jahren und 25 eine Laufzeit von 3 Jahren;

- Die häufigsten Gründe dafür, dass die Kommission so viele Programme ablehnen musste, waren Unregelmäßigkeiten bei den Verfahren zur Auswahl der Durchführungsstelle (sofern überhaupt eine ausgewählt wurde), die Hervorhebung bestimmter Marken oder Herkünfte und die allgemeine Nichtbefolgung der Leitlinien.

Zweite Reihe: Entscheidung C(2003) 1926 endg. vom 20.6.2003 (Binnenmarkt)

- 30 Vorschläge im Gesamtwert von 50 Mio. EUR, die von zehn Mitgliedstaaten eingereicht wurden;
- 20 Programme im Gesamtwert von 38,4 Mio. EUR (davon EU-Beteiligung: 19,2 Mio. EUR) wurden genehmigt;
- bei den Zielmärkten handelt es sich hauptsächlich um die heimischen Märkte der beteiligten Organisationen. Erzeugnisse: Wein, Obst und Gemüse, Milch und Käse, ökologisch/biologisch erzeugte Produkte und Blumen;
- von den 20 Programmen haben 9 eine Laufzeit von 1 Jahr, 3 eine Laufzeit von 2 Jahren und 8 eine Laufzeit von 3 Jahren.

Dritte Reihe: Entscheidung C(2003)3546 vom 2.10.2003 (Binnenmarkt, Olivenöl)

- Durch eine Änderung der Verordnung (EG) Nr. 94/2002 im März 2003 wurde Olivenöl in das Verzeichnis der förderfähigen Erzeugnisse aufgenommen. Damit die Vorschläge noch im selben Jahr vorgelegt werden konnten, wurde für die Vorlage der Olivenölprogramme eine besondere Frist vorgesehen. Die Laufzeit dieser Programme wurde in den Leitlinien auf 1 Jahr festgesetzt.
- Spanien, Griechenland und Italien haben insgesamt fünf Programme vorgeschlagen, die alle genehmigt wurden und ein Gesamtvolumen von 4,9 Mio. EUR (davon EU-Beteiligung: 2,4 Mio. EUR) darstellen. Ein Programm wurde später zurückgenommen, wodurch sich der Gesamtbetrag der EU-Beteiligung auf 1,1 Mio. EUR verringert.

Vierte Reihe: Entscheidung (2003) 5257 vom 30.12.2003 (Binnenmarkt)

- 36 Vorschläge im Gesamtwert von 68,1 Mio. EUR;
- 29 Programme im Gesamtwert von 58,5 Mio. EUR (davon EU-Beteiligung: 29,2 Mio. EUR) wurden genehmigt;
- 12 Mitgliedstaaten reichten Vorschläge ein.

**ANHANG 4 – IM ZEITRAUM 2001–2003 GENEHMIGTE PROGRAMME
NACH LÄNDERN, ERZEUGNISSEKTOREN, LAUFZEIT UND MITTELAUSSTATTUNG
AUFGESCHLÜSSELTE TABELLEN**

I. DRITTLÄNDER

Tabelle 1 – Im Zeitraum 2001–2003 genehmigte Programme nach beteiligten Mitgliedstaaten

Mitgliedstaat	Budget (Mio. EUR)		Anzahl der genehmigten Programme
	Insgesamt	EU-Beteiligung	
Belgien	1,6	0,9	3
Dänemark	1,5	0,8	1
Frankreich	5,2	2,6	4
Italien	7,0	3,5	8
Spanien	3,6	1,8	1
Niederlande	0,3	0,3	1
Portugal	1,4	0,7	3
Mehrere Mitgliedstaaten	24,5	12,2	10
Insgesamt	45,1	22,6	30

Tabelle 2 – Genehmigte Programme nach Zielländern

Zielland	Anzahl der Programme	Beteiligte Mitgliedstaaten
Nordamerika	15	Mehrere (4), B (1), E (1), F (2), I (6), P (1)
Japan	14	Mehrere (3), B (2), DK (1), E (1), F (2), I (4), NL (1)
Schweiz	5	Mehrere (1), F (2), P (1), I (1)
Polen	5	Mehrere (2), B (2), F (1)
Tschechische Republik	5	Mehrere (1), B (2), F (1), I (1)
Lateinamerika	4	Mehrere (1), E (1), P (2)
Nah. u. Mitt. Osten	4	B (1), F (1), I (1)
Südostasien	3	Mehrere (2), B (1)
Norwegen	3	Mehrere (1), F (1), I (1)
Ungarn	3	Mehrere (1) B (2)
Russland	3	B (1), P (1), I (1)
Südkorea	2	B (2)
Rumänien	2	B (2)
Bulgarien	2	B (2)
China	1	F (1-Marktstudie)
Hongkong	1	Mehrere (1)
Australien+ NS	1	I (1)
Indien	1	Mehrere (1)
Nordafrika	1	B (1)
Südafrika	1	B (1)

Tabelle 3 – Im Zeitraum 2001–2003 genehmigte Programme nach Mitgliedstaaten und Erzeugnissektoren

Erzeugnissektor	EU- Beteiligung (Mio. EUR)	Anzahl der Programme	Beteiligte Mitgliedstaaten
Mehrere Erzeugnisse	7,6	9	Mehrere (3), I (4), E (1), P (1)
Obst & Gemüse	3,9	9	Mehrere (4), F (2), B (1), NL (1), P (1)
Milch & Milcherzeugnisse	2,4	3	F (2), I (1)
Oliven	0,3	1	I (1)
Teigwaren	0,8	1	I (1)
Wein	1,9	4	Mehrere (2), I (1), P (1)
Fleisch	5,8	3	Mehrere (1), B (1), DK (1)
Insgesamt	22,7	30	

Tabelle 4 – Laufzeit der Programme

Laufzeit (Jahre)	Anzahl der Programme	EU-Beteiligung	
		Mio. EUR	in %
1	7	2,3	10,6
2	8	7,0	30,9
3	15	13,3	58,5
Insgesamt	30	22,6	100,0

Tabelle 5 – Genehmigte Programme nach Höhe der Mittelausstattung

Organisation	Anzahl der Prog.	% der Prog.	Gesamtbudget (Mio. EUR)	% des Budgets
Gesamtbudget des Programms (Mio. EUR)				
0,1 – 0,3	4	13,3	0,7	1,6
0,3 – 1,0	13	43,3	8,9	19,7
1,0 – 2,5	7	23,3	8,9	19,8
> 2,5	6	20,0	26,6	58,9
INSGESAMT	30	100	45,1	100,0

II. BINNENMARKT

Tabelle 6 – Im Zeitraum 2001–2003 genehmigte Programme nach Erzeugnissektoren

Erzeugnissektor	Mittelsausstattung (Mio. EUR)			Anzahl der Programme
	Insgesamt	EU-Beteiligung	in %	
Obst & Gemüse	75,9	38,0	45,7	24
Blumen, Pflanzen, Bäume	10,5	5,3	6,3	9
Milcherzeugnisse	17,5	8,8	10,5	16
Oliven/Olivenöl	4,9	2,4	3,1	5
Bio	16,7	8,3	10,0	14
g.U./g.g.A./g.t.S.	11,8	5,9	7,1	6
Wein	10,3	5,2	6,2	8
Mehrere Erzeugnisse	5,0	2,5	3,0	3
Rindfleisch	13,4	6,7	8,1	9
Insgesamt	166,2	83,0	100,0	94

Tabelle 7 – Im Zeitraum 2001–2003 genehmigte Programme nach beteiligten Mitgliedstaaten

Mitgliedstaat	Mittelsausstattung (Mio. EUR)			Anzahl der Programme
	Insgesamt	Kofinanzierung	in %	
Österreich	9,6	4,8	6	5
Belgien	3,5	1,7	2	5
Dänemark	7,3	3,6	4	4
Finnland	1,2	0,6	1	2
Frankreich	38,5	19,3	23	13
Deutschland	11,9	5,9	7	10
Griechenland	4,8	2,4	3	5
Irland	0,7	0,3	0,4	2
Italien	28,0	14,0	17	24
Niederlande	6,9	3,5	4	4
Portugal	0,4	0,2	0,3	1
Spanien	33,1	16,6	20	8
Schweden	2,7	1,3	2	4
Ver. Königreich	4,5	2,3	3	4
Mehrere MS	13,0	6,5	8	3
Insgesamt	166,2	83,0	100	94

Tabelle 8 – Anzahl der genehmigten Programme nach Mitgliedstaaten und Erzeugnissektoren

Mitgliedstaat	O&G	BPB	Milch	O/OO	g.U.	Bio	Wein	Mehrere	Rind	Insgesamt
Österreich	1	1	1			1	1			5
Belgien	1	2	1			1				5
Dänemark		1	1			1			1	4
Finnland			2							2
Frankreich	4		2		2	3	1		1	13
Deutschland	4	1	1		1		1	1	1	10
Griechenland				2	1		1	1		5
Irland	1		1							2
Italien	4	1	3	2	2	6	2	1	3	24
Niederlande	2	1							1	4
Portugal	1									1
Spanien	3		1	1			2		1	8
Schweden	1	1	1			1				4
VK		1	2						1	4
Mehrere MS	2					1				3
Insgesamt	24	9	16	5	6	14	8	3	9	94

O&G = Obst und Gemüse

BPB = Blumen, Pflanzen, Bäume

Milch = Milch und Milcherzeugnisse

O/OO = Oliven oder Olivenöl

Rind = Rindfleisch

g.U. = g.U./g.g.A./g.t.S.

Bio = biologisch (ökologisch)

Mehrere = Kombination mehrerer Erzeugnisse

Tabelle 9 – Laufzeit der Programme

Laufzeit (Jahre)	Anzahl der Programme	EU-Beteiligung	
		Mio. EUR	in %
1	28	11,6	14,0
2	18	11,3	13,6
3	48	60,1	72,1
Insgesamt	94	83,0	100,0

Tabelle 10 – In den Leitlinien angegebene vorläufige Mittelausstattung und genehmigter Kofinanzierungsbetrag nach Erzeugnissektoren

Mittelausstattung (<i>Mio. EUR</i>)	Leitlinie		Kofinanzierungs- entscheidungen		Anzahl der genehmigten Programme
	Erzeugnissektor	<i>Mio. EUR</i>	in %	<i>Mio. EUR</i>	
Obst & Gemüse	9	18	38,0	46	24
Blumen, Pflanzen, Bäume	4	8	5,3	6	9
Milcherzeugnisse	6	12	8,8	11	16
Oliven/Olivenöl	6	12	2,4	3	5
Bio	6	12	8,3	10	14
g.U./g.g.A./g.t.S.	4	8	5,9	7	6
Wein	6	12	5,2	6	8
Rindfleisch	6	12	6,7	8	9
Grafisches Symbol für Regionen in äußerster Randlage	3	6	0,0	0	0
Faserlein	1	2	0,0	0	0
Mehrere Erzeugnisse			2,5	3	3
Insgesamt	51	100	83,0	100	94

Tabelle 11 – Genehmigte Programme nach Höhe der Mittelausstattung

Gesamtbudget des Programms (<i>Mio. EUR</i>)	Anzahl der Programme	% der Programme	Gesamtbudget (<i>Mio. EUR</i>)	% des Budgets
0,1 – 0,3	14	14,9	3,1	1,9
0,3 – 1,0	32	34,0	19,6	11,8
28,3	30	31,9	47,0	
2,5 – 4,0	12	12,8	38,2	23,0
> 4,0	6	6,4	58,1	35,0
Programme INSGESAMT	94	100	166,0	100,0

Vorschlag für eine

VERORDNUNG DES RATES

zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 2702/1999 über Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarerzeugnisse in Drittländern und der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 über Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarerzeugnisse im Binnenmarkt

DER RAT DER EUROPÄISCHEN UNION –

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft, insbesondere auf die Artikel 36 und 37,

auf Vorschlag der Kommission,

nach Stellungnahme des Europäischen Parlaments,

nach Stellungnahme des Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschusses,

nach Stellungnahme des Ausschusses der Regionen,

in Erwägung nachstehender Gründe:

- (1) Aufgrund der bisherigen Erfahrungen mit der Durchführung der Verordnungen (EG) Nr. 2702/1999⁸ und (EG) Nr. 2826/2000⁹ des Rates, die die Kommission in ihrem Bericht an das Europäische Parlament und den Rat im März 2004 analysiert hat, ist es angebracht, einige Bestimmungen dieser Verordnungen zu ändern.
- (2) Die Harmonisierung der Bestimmungen über die Vorlage und Auswahl der Vorschläge, die Kontrolle der Programme sowie über Konsultation und technische Hilfe, die im Rahmen der Verordnungen (EG) Nr. 2702/1999 und (EG) Nr. 2826/2000 angewendet werden, sollte die Verwaltung der beiden Regelungen vereinfachen; die beteiligten Organisationen sollten insbesondere die Möglichkeit haben, Teile der Programme selber durchzuführen und in einer späteren Phase des Verfahrens Durchführungsstellen auszuwählen.
- (3) Die Aufteilung der Mittel auf kleine und erfolglose Programme sollte vermieden werden. Durch die Festsetzung von Mindest- und Höchstgrenzen für die tatsächlichen Kosten der vorgeschlagenen Programme sollte eine ausgewogene Verteilung der verfügbaren Haushaltsmittel gewährleistet sein.
- (4) Die für die Kommission bestehende Möglichkeit, Absatzförderungs- und Informationsmaßnahmen in Drittländern durchzuführen, sollte auf die Fälle ausgedehnt werden, in denen solche Maßnahmen von gemeinschaftsweitem Interesse sind oder

⁸ ABl. L 327 vom 21.12.1999, S. 7.

⁹ ABl. L 328 vom 23.12.2000, S. 2.

keine geeigneten Vorschläge von den Branchen- oder Dachverbänden vorgelegt wurden. Die Kommission sollte auch die Möglichkeit haben, im Binnenmarkt Informationsmaßnahmen zu den gemeinschaftlichen Qualitäts- und Etikettierungsregelungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel durchzuführen.

- (5) Aufgrund der bisherigen Erfahrungen mit der degressiv gestaffelten Beteiligung von 60 auf 40 % bei mehrjährigen Programmen sollten die Bestimmungen über die Gemeinschaftsbeteiligung an solchen Programmen vereinfacht werden, wobei die Höhe des Gemeinschaftsbeitrags weiterhin bei 50 % der tatsächlichen Kosten der einzelnen Programme liegen sollte.
- (6) Die Bestimmungen über den Finanzierungsanteil der Mitgliedstaaten und der beteiligten Organisationen sollten gelockert werden; allerdings sollten die beteiligten Organisationen einen Mindestpflichtanteil übernehmen müssen.
- (7) Es ist unbedingt notwendig, dass das für Informations- und Absatzförderungskampagnen verwendete Material auf seine Vereinbarkeit mit dem Gemeinschaftsrecht überprüft wird. Zu diesem Zweck sind die diesbezüglich bereits bestehenden Kontrollpflichten der Mitgliedstaaten zu präzisieren.
- (8) Der Beitrag der Mitgliedstaaten erfolgt im Rahmen eines besonderen Verfahrens. Um die entsprechenden Verwaltungsverfahren zu vereinfachen, sollten die Mitgliedstaaten daher von der Verpflichtung, die nationalen Beiträge als staatliche Beihilfen zu notifizieren, freigestellt werden, da diese Beiträge nicht als staatliche Beihilfen im Sinne der Artikel 87, 88 und 89 des Vertrags anzusehen sind.
- (9) "Ad-hoc"-Arbeitsgruppen, die sich aus Vertretern der Mitgliedstaaten und/oder Sachverständigen für Verkaufsförderung und Werbung zusammensetzen, können die Kommission bei der Ausarbeitung der Strategie und der Durchführungsmaßnahmen der Regelung sinnvoll beraten. Es ist daher die Möglichkeit vorzusehen, solche Gruppen zu konsultieren.
- (10) Die Verordnung (EG) Nr. 2702/1999 sollte nach dem 31. Dezember 2004 weiterhin anwendbar sein.
- (11) Damit die notwendigen Anpassungen zur Durchführung der vorgeschlagenen Maßnahmen vorgenommen werden können, sollte die vorliegende Verordnung ab 1. Januar 2005 gelten.
- (12) Die Verordnungen (EG) Nr. 2702/1999 und (EG) Nr. 2826/2000 sind daher entsprechend zu ändern –

HAT FOLGENDE VERORDNUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Die Verordnung (EG) Nr. 2702/1999 wird wie folgt geändert:

1. Artikel 2 Buchstabe c) erhält folgende Fassung:

"c) Informationskampagnen, insbesondere über die Gemeinschaftsregelungen für geschützte Ursprungsbezeichnungen (g.U.), geschützte geografische Angaben (g.g.A.), garantiert traditionelle Spezialitäten (g.t.S.) und den ökologischen Landbau/die biologische Landwirtschaft sowie über sonstige gemeinschaftliche Qualitäts- und Etikettierungsregelungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel

und die in den einschlägigen gemeinschaftlichen Rechtsvorschriften festgelegten grafischen Symbole;".

2. Artikel 5 erhält folgende Fassung:

"Artikel 5

- (1) Nach dem Verfahren des Artikels 12 Absatz 2 erstellt die Kommission alle zwei Jahre das Verzeichnis der Erzeugnisse und der Märkte gemäß Artikel 3 bzw. Artikel 4.

Erforderlichenfalls kann dieses Verzeichnis jedoch zwischenzeitlich geändert werden.

- (2) Nach dem Verfahren des Artikels 12 Absatz 2 kann die Kommission Leitlinien festlegen, in denen die Strategie präzisiert wird, denen die Vorschläge für die Informations- und Absatzförderungskampagnen für bestimmte oder alle Erzeugnisse gemäß Absatz 1 folgen sollen."

3. Artikel 7 erhält folgende Fassung:

"Artikel 7

- (1) Zur Durchführung der Maßnahmen gemäß Artikel 2 Buchstaben a), b), c), d) und e) erarbeiten die Branchenverbände oder Dachverbände, die den bzw. die betreffenden Sektoren in einem oder mehreren Mitgliedstaaten oder auf Gemeinschaftsebene vertreten, vorbehaltlich des Artikels 6 Vorschläge für Absatzförderungs- und Informationsprogramme mit einer maximalen Laufzeit von drei Jahren.

Die Mitgliedstaaten erstellen Leistungsverzeichnisse mit Anforderungen und Kriterien für die Bewertung der Programme.

- (2) Der bzw. die betreffenden Mitgliedstaaten prüfen die Zweckmäßigkeit sowie die Übereinstimmung der vorgeschlagenen Programme mit den Bestimmungen dieser Verordnung, gegebenenfalls mit den Leitlinien gemäß Artikel 5 Absatz 2 sowie mit dem betreffenden Leistungsverzeichnis. Außerdem prüfen sie das Preis-/Leistungsverhältnis der Programme.

Nach Genehmigung des bzw. der Programme erstellen die Mitgliedstaaten im Rahmen der zur Verfügung stehenden Mittel die Liste der genehmigten Programme und verpflichten sich, sich an ihrer Finanzierung zu beteiligen.

- (3) Der bzw. die Mitgliedstaaten übermitteln der Kommission die Liste der Programme und eine Kopie der Programme.

Stellt die Kommission fest, dass ein vorgeschlagenes Programm oder bestimmte darin enthaltene Maßnahmen den gemeinschaftlichen Rechtsvorschriften nicht entsprechen oder kein entsprechendes Preis-/Leistungsverhältnis bieten, so teilt sie innerhalb einer nach dem Verfahren des Artikels 12 Absatz 2 noch festzulegenden Frist dem bzw. den betreffenden Mitgliedstaaten mit, dass das betreffende Programm ganz oder teilweise nicht förderfähig ist. Nach Ablauf dieser Frist gilt das Programm als förderfähig.

Der bzw. die Mitgliedstaaten berücksichtigen die Bemerkungen der Kommission und übermitteln der Kommission innerhalb einer nach dem

Verfahren des Artikels 12 Absatz 2 noch festzulegenden Frist die im Einvernehmen mit der beteiligten Organisation revidierten Programme.

- (4) Die Kommission entscheidet über die Genehmigung der Programme und setzt den Verwaltungsausschuss gemäß Artikel 12 Absatz 1 umgehend über die genehmigten Programme und die entsprechende Mittelausstattung in Kenntnis.
- (5) Die beteiligte Organisation wählt im Wege eines Wettbewerbs mit den geeigneten Mitteln die Durchführungsstellen aus, die die Programme vollständig oder teilweise durchführen. Im letzteren Fall führt die beteiligte Organisation den Rest des Programms selber durch.
- (6) Die Kommission kann nach dem Verfahren des Artikels 12 Absatz 2 Mindest- und/oder Höchstgrenzen für die tatsächlichen Kosten der im Rahmen dieses Artikels vorgelegten Programme festsetzen."

4. Folgender Artikel 7a wird eingefügt:

"Artikel 7a

Nach Unterrichtung des Verwaltungsausschusses gemäß Artikel 12 Absatz 1 oder gegebenenfalls der Regelungsausschüsse gemäß den Verordnungen (EWG) Nr. 2092/91¹⁰, (EWG) Nr. 2081/92¹¹ bzw. (EWG) Nr. 2082/92¹² des Rates entscheidet die Kommission über folgende Maßnahmen:

- a) Maßnahmen gemäß Artikel 2 Buchstaben f) und g) der vorliegenden Verordnung;
- b) Maßnahmen gemäß Artikel 2 Buchstaben a), b), c), d) und e) der vorliegenden Verordnung, sofern diese Maßnahmen von gemeinschaftsweitem Interesse sind oder im Rahmen des Verfahrens gemäß Artikel 7 der vorliegenden Verordnung keine geeigneten Vorschläge vorgelegt wurden;
- c) Maßnahmen, die von internationalen Organisationen gemäß Artikel 6 der vorliegenden Verordnung durchgeführt werden."

5. Artikel 8 wird wie folgt geändert:

- a) Absatz 1 zweiter und dritter Gedankenstrich erhalten folgende Fassung:

"- die mit der Durchführung der Maßnahmen gemäß Artikel 7a beauftragte(n) Stelle(n);"
- b) Absatz 4 erhält folgende Fassung:

"(4) Die betreffenden Mitgliedstaaten sind für die Kontrolle der Programme gemäß Artikel 7 und die Zahlungen im Zusammenhang mit den Programmen zuständig. Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass das im Rahmen eines genehmigten Programms erstellte Informations- und Werbematerial mit dem Gemeinschaftsrecht vereinbar ist."

¹⁰ ABl. L 198 vom 22.7.1991, S. 1.

¹¹ ABl. L 208 vom 24.7.1992, S. 1.

¹² ABl. L 208 vom 24.7.1992, S. 9.

6. Artikel 9 wird wie folgt geändert:

a) Die Absätze 1, 2 und 3 erhalten folgende Fassung:

- "(1) Unbeschadet des Absatzes 4 finanziert die Gemeinschaft die Maßnahmen gemäß Artikel 7a vollständig. Die Gemeinschaft finanziert auch vollständig die Kosten für die gemäß Artikel 8 Absatz 1 erster Gedankenstrich ausgewählten technischen Inspektoren.
- (2) Die finanzielle Beteiligung der Gemeinschaft an den Programmen gemäß Artikel 7 darf 50 % der tatsächlichen Kosten der Programme nicht überschreiten. Bei Programmen mit zwei- oder dreijähriger Laufzeit darf die Beteiligung je Durchführungsjahr diesen Höchstbetrag nicht überschreiten.
- (3) Die beteiligten Organisationen finanzieren mindestens 20 % der tatsächlichen Kosten der Programme gemäß Artikel 7; der Rest der Finanzierung wird unter Berücksichtigung des Beitrags der Gemeinschaft gemäß Absatz 2 von den betreffenden Mitgliedstaaten übernommen. Der jeweilige Anteil der Mitgliedstaaten und der beteiligten Organisationen wird zu dem Zeitpunkt festgelegt, an dem das Programm der Kommission gemäß Artikel 7 Absatz 4 übermittelt wird. Der Beitrag der Mitgliedstaaten und/oder der beteiligten Organisationen kann auch aus steuerähnlichen Abgaben stammen."

b) Folgender Absatz 5 wird angefügt:

- "(5) Die Artikel 87, 88 und 89 des Vertrags finden keine Anwendung auf die finanziellen Beiträge der Mitgliedstaaten und auf die aus steuerähnlichen Abgaben oder Pflichtbeiträgen stammenden finanziellen Beiträge der Mitgliedstaaten und/oder beteiligten Organisationen bei Programmen, für die gemäß Artikel 36 des Vertrags eine Gemeinschaftsbeihilfe gewährt werden kann und die die Kommission gemäß Artikel 7 Absatz 4 genehmigt hat."

7. Folgender Artikel 12a wird eingefügt:

"Artikel 12a

Vor der Erstellung des Verzeichnisses und der Leitlinien gemäß Artikel 5, der Genehmigung der Programme gemäß Artikel 7, einer Entscheidung über die Maßnahmen gemäß Artikel 7a oder der Verabschiedung von Durchführungsmaßnahmen gemäß Artikel 11 kann die Kommission folgende Gremien konsultieren:

- a) die Ständige Gruppe "Werbung für landwirtschaftliche Erzeugnisse" des Beratenden Ausschusses "Qualität und Gesundheit der landwirtschaftlichen Erzeugung";
- b) technische "*Ad-hoc*"-Arbeitsgruppen, die sich aus Vertretern des Verwaltungsausschusses gemäß Artikel 12 Absatz 1 und/oder Sachverständigen für Verkaufsförderung und Werbung zusammensetzen."

8. In Artikel 13 wird das Datum "31. Dezember 2003" durch das Datum "31. Dezember 2006" ersetzt.
9. In Artikel 15 wird der zweite Unterabsatz gestrichen.

Artikel 2

Die Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 wird wie folgt geändert:

1. Artikel 2 Buchstabe c) erhält folgende Fassung:

"c) Informationskampagnen, insbesondere über die Gemeinschaftsregelungen für geschützte Ursprungsbezeichnungen (g.U.), geschützte geografische Angaben (g.g.A.), garantiert traditionelle Spezialitäten (g.t.S.) und den ökologischen Landbau/die biologische Landwirtschaft sowie über sonstige gemeinschaftliche Qualitäts- und Etikettierungsregelungen für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel und die in den einschlägigen gemeinschaftlichen Rechtsvorschriften festgelegten grafischen Symbole, einschließlich des grafischen Symbols für die Regionen in äußerster Randlage;"
2. Artikel 4 Absatz 2 wird gestrichen.
3. Artikel 5 Absatz 2 wird gestrichen.
4. Artikel 6 erhält folgende Fassung:

"Artikel 6

- (1) Zur Durchführung der Maßnahmen gemäß Artikel 2 Buchstaben a), b), c) und d) und anhand der Leitlinien gemäß Artikel 5 erarbeiten die Branchenverbände oder Dachverbände, die den bzw. die betreffenden Sektoren in einem oder mehreren Mitgliedstaaten oder auf Gemeinschaftsebene vertreten, Vorschläge für Absatzförderungs- und Informationsprogramme mit einer maximalen Laufzeit von drei Jahren.

Die Mitgliedstaaten erstellen Leistungsverzeichnisse mit Anforderungen und Kriterien für die Bewertung der Programme.

- (2) Der bzw. die betreffenden Mitgliedstaaten prüfen die Zweckmäßigkeit der einzelnen Programme sowie die Übereinstimmung der vorgeschlagenen Programme mit den Bestimmungen dieser Verordnung, den Leitlinien gemäß Artikel 5 und dem betreffenden Leistungsverzeichnis. Außerdem prüfen sie das Preis-/Leistungsverhältnis der Programme.

Nach Genehmigung des bzw. der Programme erstellen die Mitgliedstaaten im Rahmen der zur Verfügung stehenden Mittel die Liste der genehmigten Programme und verpflichten sich, sich an ihrer Finanzierung zu beteiligen.

- (3) Der bzw. die Mitgliedstaaten übermitteln der Kommission die Liste der Programme und eine Kopie der Programme.

Stellt die Kommission fest, dass ein vorgeschlagenes Programm oder bestimmte darin enthaltene Maßnahmen den gemeinschaftlichen Rechtsvorschriften oder den Leitlinien gemäß Artikel 5 nicht entsprechen oder kein entsprechendes Preis-/Leistungsverhältnis bieten, so teilt sie innerhalb einer nach dem

Verfahren des Artikels 13 Absatz 2 noch festzulegenden Frist dem bzw. den betreffenden Mitgliedstaaten mit, dass das betreffende Programm ganz oder teilweise nicht förderfähig ist. Nach Ablauf dieser Frist gilt das Programm als förderfähig.

Der bzw. die Mitgliedstaaten berücksichtigen die Bemerkungen der Kommission und übermitteln der Kommission innerhalb einer nach dem Verfahren des Artikels 13 Absatz 2 noch festzulegenden Frist die im Einvernehmen mit der beteiligten Organisation revidierten Programme.

- (4) Die Kommission entscheidet über die Genehmigung der Programme und setzt den Verwaltungsausschuss gemäß Artikel 13 Absatz 1 umgehend über die genehmigten Programme und die entsprechende Mittelausstattung in Kenntnis.
- (5) Die beteiligte Organisation wählt im Wege eines Wettbewerbs mit den geeigneten Mitteln die Durchführungsstellen aus, die die Programme vollständig oder teilweise durchführen. Im letzteren Fall führt die beteiligte Organisation den Rest des Programms selber durch.
- (6) Die Kommission kann nach dem Verfahren des Artikels 13 Absatz 2 Mindest- und/oder Höchstgrenzen für die tatsächlichen Kosten der im Rahmen dieses Artikels vorgelegten Programme festsetzen."

5. Artikel 7 wird wie folgt geändert:

a) Absatz 3 erhält folgende Fassung:

"(3) Für die Prüfung der Programme durch die Kommission gilt Artikel 6 Absätze 3 und 4."

b) Folgender Absatz 4 wird angefügt:

"(4) Die Kommission kann nach dem Verfahren des Artikels 13 Absatz 2 Mindest- und/oder Höchstgrenzen für die tatsächlichen Kosten der im Rahmen dieses Artikels vorgelegten Programme festsetzen."

6. Folgender Artikel 7a wird eingefügt:

"Artikel 7a

Nach Unterrichtung des Verwaltungsausschusses gemäß Artikel 13 Absatz 1 oder gegebenenfalls der Regelungsausschüsse gemäß den Verordnungen (EWG) Nr. 2092/91, (EWG) Nr. 2081/92 bzw. (EWG) Nr. 2082/92 des Rates entscheidet die Kommission über folgende Maßnahmen:

- a) Maßnahmen gemäß Artikel 2 Buchstabe e) der vorliegenden Verordnung;
- b) Maßnahmen gemäß Artikel 2 Buchstaben b), c) und d) der vorliegenden Verordnung, sofern diese Maßnahmen von gemeinschaftsweitem Interesse sind oder im Rahmen der Verfahren gemäß den Artikeln 6 und 7 der vorliegenden Verordnung keine geeigneten Vorschläge vorgelegt wurden."

7. Artikel 8 erhält folgende Fassung:

"Artikel 8

Die Kommission wählt im Wege der öffentlichen oder der beschränkten Ausschreibung Folgendes aus:

- a) gegebenenfalls technische Inspektoren, die mit der Bewertung der vorgeschlagenen Programme einschließlich der vorgeschlagenen Durchführungsstellen beauftragt werden;
- b) die Stelle bzw. Stellen, die mit der Durchführung der Maßnahmen gemäß Artikel 7a betraut werden."

8. Artikel 9 wird wie folgt geändert:

- a) Die Absätze 1, 2 und 3 erhalten folgende Fassung:

"(1) Die Gemeinschaft finanziert die Maßnahmen gemäß Artikel 7a vollständig. Die Gemeinschaft finanziert auch vollständig die Kosten für die gemäß Artikel 8 Buchstabe a) ausgewählten technischen Inspektoren.

(2) Die finanzielle Beteiligung der Gemeinschaft an den Programmen gemäß den Artikeln 6 und 7 darf 50 % der tatsächlichen Kosten der Programme nicht überschreiten. Bei Programmen mit zwei- oder dreijähriger Laufzeit darf die Beteiligung je Durchführungsjahr diesen Höchstbetrag nicht überschreiten.

(3) Die beteiligten Organisationen finanzieren mindestens 20 % der tatsächlichen Kosten der Programme gemäß Artikel 6; der Rest der Finanzierung wird unter Berücksichtigung des Beitrags der Gemeinschaft gemäß Absatz 2 von den betreffenden Mitgliedstaaten übernommen. Der jeweilige Anteil der Mitgliedstaaten und der beteiligten Organisationen wird zu dem Zeitpunkt festgelegt, an dem das Programm der Kommission gemäß Artikel 6 Absatz 3 übermittelt wird. Der Beitrag der Mitgliedstaaten und/oder der beteiligten Organisationen kann auch aus steuerähnlichen Abgaben stammen."

- b) Folgender Absatz 5 wird angefügt:

"(5) Die Artikel 87, 88 und 89 des Vertrags finden keine Anwendung auf die finanziellen Beiträge der Mitgliedstaaten und auf die aus steuerähnlichen Abgaben oder Pflichtbeiträgen stammenden finanziellen Beiträge der Mitgliedstaaten und/oder beteiligten Organisationen bei Programmen, für die gemäß Artikel 36 des Vertrags eine Gemeinschaftsbeihilfe gewährt werden kann und die die Kommission gemäß Artikel 6 Absatz 4 bzw. Artikel 7 Absatz 3 genehmigt hat."

9. Artikel 10 Absatz 2 erhält folgende Fassung:

"(2) Eine Begleitgruppe, die sich aus Vertretern der Kommission, der betreffenden Mitgliedstaaten und der beteiligten Organisationen zusammensetzt, überwacht die ordnungsgemäße Durchführung der Programme gemäß den Artikeln 6 und 7.

(3) Die betreffenden Mitgliedstaaten sind für die Kontrolle der Programme gemäß den Artikeln 6 und 7 und die Zahlungen im Zusammenhang mit den Programmen zuständig. Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass das im Rahmen

eines genehmigten Programms erstellte Informations- und Werbematerial mit dem Gemeinschaftsrecht vereinbar ist."

10. Folgender Artikel 13a wird eingefügt:

"Artikel 13a

Vor der Erstellung des Verzeichnisses gemäß Artikel 4, der Erarbeitung der Leitlinien gemäß Artikel 5, der Genehmigung der Programme gemäß den Artikeln 6 und 7, einer Entscheidung über die Maßnahmen gemäß Artikel 7a oder der Verabschiedung von Durchführungsmaßnahmen gemäß Artikel 12 kann die Kommission folgende Gremien konsultieren:

- a) die Ständige Gruppe "Werbung für landwirtschaftliche Erzeugnisse" des Beratenden Ausschusses "Qualität und Gesundheit der landwirtschaftlichen Erzeugung";
- b) technische "Ad-hoc"-Arbeitsgruppen, die sich aus Vertretern des Verwaltungsausschusses gemäß Artikel 13 Absatz 1 und/oder Sachverständigen für Verkaufsförderung und Werbung zusammensetzen."

11. Artikel 14 erhält folgende Fassung:

"Artikel 14

Die Kommission legt dem Europäischen Parlament und dem Rat vor dem 31. Dezember 2006 einen Bericht über die Durchführung dieser Verordnung vor, gegebenenfalls zusammen mit geeigneten Vorschlägen."

Artikel 3

Diese Verordnung tritt am siebten Tag nach ihrer Veröffentlichung im *Amtsblatt der Europäischen Union* in Kraft.

Sie gilt ab 1. Januar 2005.

Diese Verordnung ist in allen ihren Teilen verbindlich und gilt unmittelbar in jedem Mitgliedstaat.

Geschehen zu Brüssel am

*Im Namen des Rates
Der Präsident*

FINANZBOGEN

FINANZBOGEN					
1. HAUSHALTSLINIE: 05 08 04 01		MITTELANSATZ: 48,5 Mio. EUR			
2. BEZEICHNUNG DES VORHABENS: Vorschlag für eine Verordnung des Rates zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 2702/1999 über Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarerzeugnisse in Drittländern und der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 über Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarerzeugnisse im Binnenmarkt					
3. RECHTSGRUNDLAGE: Artikel 36 und 37 des Vertrags					
4. ZIELE DES VORHABENS: Verbesserung der Funktionsweise der derzeitigen Regelungen für Absatzförderungs- und Informationsmaßnahmen im Binnenmarkt und in Drittländern					
5. FINANZIELLE AUSWIRKUNGEN	12-MONATS- ZEITRAUM (Mio. EUR)	LAUFENDES HAUSHALTS- JAHR 2004 (Mio. EUR)		KOMMENDES HAUSHALTS- JAHR 2005 (Mio. EUR)	
5.0 AUSGABEN ZU LASTEN – DES EG-HAUSHALTS (ERSTATTUNGEN/INTERVENTIONEN) – NATIONALER HAUSHALTE – ANDERER SEKTOREN					
5.1 EINNAHMEN – EIGENE MITTEL DER EG (ABSCHÖPFUNGEN/ZÖLLE) – IM NATIONALEN BEREICH					
	2006	2007	2008	2009	
5.0.1 VORAUSSCHAU AUSGABEN					
5.1.1 VORAUSSCHAU EINNAHMEN					
5.2 BERECHNUNGSWEISE: –					
6.0 FINANZIERUNG IM LAUFENDEN HAUSHALT IST MÖGLICH DURCH IM BETREFFENDEN KAPITEL VORHANDENE MITTEL				JA / NEIN	
6.1 FINANZIERUNG IM LAUFENDEN HAUSHALT IST MÖGLICH DURCH ÜBERTRAGUNG VON KAPITEL ZU KAPITEL				JA / NEIN	
6.2 NACHTRAGSHAUSHALT ERFORDERLICH				JA / NEIN	
6.3 MITTELEINSETZUNG IN KÜNFTIGE HAUSHALTE ERFORDERLICH				JA / NEIN	
ANMERKUNGEN: Keine finanziellen Auswirkungen, da diese Ratsverordnungen angepasst werden, um eine Reihe von Empfehlungen umzusetzen, die zu einer Verbesserung der technischen Umsetzung der Absatzförderungsregelung führen sollen.					