

ABSATZFÖRDERUNGSMASSNAHMEN FÜR WEIN AUF DRITTLANDSMÄRKTEN

STAND 09/2018



Zertifiziertes Qualitätsmanagement-System nach ÖNORM EN ISO 9001 REG. Nr. 01537/0
Zertifiziertes Informationssicherheits-Managementsystem nach ÖNORM ISO/IEC 27001 REG Nr. 35/0
Zertifiziertes IT Service-Managementsystem nach ISO/IEC 20000-1 REG Nr. 45/0
Zertifiziertes Umweltmanagement-System nach EMAS REG Nr. AT-000680
und ÖNORM EN ISO 14001 REG Nr. 02982/0

EDITORIAL

SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN!



Das vorliegende Merkblatt informiert Sie über das österreichische Programm zur Förderung gemäß den gemeinschaftlichen Marktordnungsmaßnahmen im Weinbereich. Die Inhalte in diesem Merkblatt wurden an die Änderungen der neuen Förderperiode beginnend mit 16. Oktober 2018 angepasst. Die Neuerungen betreffen vor allem die Abwicklung der Förderungsmaßnahmen, die ab September 2018 durch die AMA erfolgt.

Die Antragstellung im Bereich der Weininvestitionen erfolgt ab 1. September 2018 in digitaler Form über die Online-Plattform www.eama.at.

Anträge zu den Maßnahmen Absatzförderung auf Drittlandsmärkten bzw. Information in Mitgliedsstaaten und zur Maßnahme Umstrukturierung und Umstellung von Rebflächen werden weiterhin in Papierform abgewickelt.

Dieses Merkblatt wird von der AMA nicht versendet, sondern nur im Internet über www.ama.at zur Verfügung gestellt.

Weitere wichtige Informationen zu den Förderungen im Weinbereich finden Sie auf unserer Homepage unter www.ama.at sowie unter www.eama.at bzw. auf der Homepage des Bundesministeriums für Nachhaltigkeit und Tourismus unter www.bmnt.gv.at.

Nehmen Sie auch das Beratungs- und Informationsangebot der Bezirksbauernkammer oder des Bezirksreferates in Anspruch.

Für Fragen stehen Ihnen selbstverständlich auch unsere Mitarbeiter gerne zur Verfügung.

Der Vorstandsvorsitzende

Dipl.-Ing. Griesmayr

INHALT

Einleitung

| | | |
|-----|---|---|
| 1 | Allgemeines | 3 |
| 2 | Rechtsgrundlagen..... | 3 |
| 3 | Darstellung der Massnahme..... | 4 |
| 3.1 | Grundsätzliches System der Absatzförderung..... | 4 |
| 3.2 | Wer ist beihilfenberechtigt? | 4 |
| 3.3 | Drittländer, Ziele und Massnahmen..... | 4 |
| 3.4 | Inhalt des Antrags, Genehmigungsverfahren | 7 |
| 3.5 | Gewährung der Beihilfe, Berichtspflichten.. | 9 |

1 ALLGEMEINES

Die Europäische Union gewährt eine Beihilfe für Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Gemeinschaftsweine auf allen Drittlandsmärkten. Die in Österreich förderfähigen Maßnahmen sowie die Details der Beantragung und Abwicklung sind in diesem Merkblatt dargestellt. Es gelten zahlreiche gemeinschaftliche und nationale Rechtsvorschriften.

Aus Gründen der Verständlichkeit und Übersichtlichkeit hat die Agrarmarkt Austria (AMA) die wichtigsten Bestimmungen dieser Verordnungen sowie das vorgesehene Verfahren in dem vorliegenden Merkblatt zusammengefasst. Dieses Merkblatt hat daher ausschließlich informativen und keinen rechtlichen Charakter.

Hinweis:

Das Verfahren läuft wie folgt ab:

1. Der Antrag auf Genehmigung der Absatzfördermaßnahmen ist mittels Formblatt zwischen 1. September und 31. Oktober jeden Jahres bei der AMA einzureichen. Der Antrag wird durch Experten der Landwirtschaftskammer, der Wirtschaftskammer und der Österreich Weinmarketing GesmbH (ÖWM) geprüft und durch ein Gremium aus Fachexperten der AMA und des Bundesministeriums für Nachhaltigkeit und Tourismus (BMNT) bewertet.
2. Auf Basis dieser Bewertung entscheidet die AMA über Genehmigung oder Ablehnung des Antrags durch einen Bescheid an den Antragsteller.
3. Nach bzw. während der Durchführung der Maßnahme können Zahlungsanträge an die AMA gestellt werden; diese werden von der AMA anhand der vorgelegten Unterlagen überprüft.
4. Auf der Grundlage dieser Überprüfung wird die Beihilfe von der AMA ausbezahlt.

2 RECHTSGRUNDLAGEN

- Verordnung (EU) Nr. 1308/2013 über eine gemeinsame Marktorganisation für landwirtschaftliche Erzeugnisse und zur Aufhebung der Verordnungen (EWG) Nr. 922/72, (EWG) Nr. 234/79, (EG) Nr. 1037/2001 und (EG) Nr. 1234/2007, ABl. Nr. L 347 vom 20.12.2013 S. 671
- Delegierten Verordnung (EU) 2016/1149 zur Ergänzung der Verordnung (EU) Nr. 1308/2013 in Bezug auf die nationalen Stützungsprogramme im Weinsektor und zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 555/2008, ABl. Nr. L 190 vom 15. 07. 2016 S. 23
- Durchführungsverordnung (EU) 2016/1150 mit Durchführungsbestimmungen zur Verordnung (EU) Nr. 1308/2013 in Bezug auf die nationalen Stützungsprogramme im Weinsektor, ABl. Nr. L 190 vom 15. 07. 2016 S. 23
- Nationale Durchführungsverordnung BGBl. II Nr. 205/2018

3 DARSTELLUNG DER MASSNAHME

3.1 GRUNDSÄTZLICHES SYSTEM DER ABSATZFÖRDERUNG

Die Förderung des Absatzes und der Vermarktung von Weinen ist ein vorrangiges Ziel der Europäischen Agrarmarkordnung. Aus diesem Grund gewährt die Europäische Union einen Zuschuss zu den Kosten von Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für österreichische Qualitätsweine, Landweine, Rebsortenweine und Schaumweine auf Drittlandsmärkten (= alle Märkte außerhalb der EU). Der Katalog der möglichen Maßnahmen findet sich im Punkt 3.3.3 dieses Merkblattes. Absatzförderungsmaßnahmen können auf allen Drittlandsmärkten getätigt werden; die Beihilfe beträgt 50% der förderfähigen Kosten.

Jeder Betrieb, der eine Beihilfe für Absatzförderungsmaßnahmen in Anspruch nehmen will, muss bei der AMA einen entsprechenden Antrag (s. Punkt 3.4) zur Genehmigung einreichen. Die Einreichung von Anträgen ist jährlich im Zeitraum zwischen 1. September und 31. Oktober möglich. Die Anträge werden von Experten der ÖWM, der Landwirtschaftskammer und der Wirtschaftskammer hinsichtlich ihrer Zweckmäßigkeit und ihrer Übereinstimmung mit der generellen Ausrichtung und Positionierung österreichischer Weine auf Drittlandsmärkten beurteilt. Weiters wird von diesen Fachexperten die Angemessenheit und Verhältnismäßigkeit der Kosten der vorgeschlagenen Maßnahmen bewertet.

Der Antrag eines einzelnen Förderwerbers sollte Gesamtkosten von mindestens 50.000,- Euro umfassen und darf maximal eine Dauer von 3 Jahren ab Antragstellung für die Durchführung der Maßnahmen aufweisen.

3.2 WER IST BEIHILFENBERECHTIGT?

Beihilfenberechtigt sind sowohl privatwirtschaftliche Unternehmen mit Sitz in der EU als auch Organisationen, Branchenverbände und öffentliche Körperschaften, welche über ausreichende Erfahrung über den Weinhandel mit Drittländern verfügen und sicherstellen können, dass die geplanten Maßnahmen effizient und nachhaltig umgesetzt werden.

3.3 DRITTLÄNDER, ZIELE UND MASSNAHMEN

3.3.1 MÖGLICHE DRITTLANDSMÄRKTE

Absatzförderungsmaßnahmen sind auf allen Drittlandsmärkten möglich.

3.3.2 GRUNDSÄTZLICHES ZIEL DER ABSATZFÖRDERUNGSMASSNAHMEN

Grundsätzliches Ziel der Absatzförderungsmaßnahmen muss sein, die Bekanntheit, das Image und den Absatz von österreichischem Wein zu fördern. Die Absatzförderungsmaßnahmen können alle Aspekte der österreichischen Weinkultur betreffen (Wein aus Österreich – Kostbare Kultur im Herzen Europas, Weinbaugebiete, Terroir, Klima, Rebsorten, Weinstile, Weinarchitektur, Kulinarik, Weintourismus, etc.). Als Qualitätsargumente sollen Österreichs bestimmte Anbaugebiete, die wichtigsten Rebsorten und Weinstile sowie die Dynamik der österreichischen Weinwirtschaft in den Vordergrund treten. Der österreichische Wein soll als untrennbarer Teil der österreichischen und europäischen Kultur positioniert werden. Dabei sind Querverbindungen mit dem Tourismus, der Kunst und der Wissenschaft möglich und erwünscht. Die Verbindung von Jahrhunderte alter österreichischer Weinbautradition mit moderner Genusskultur, das Spannungsfeld zwischen naturnahem Anbau und effizienter Kellertechnik soll Teil der Aussage der Absatzförderungsmaßnahmen sein.

Auf die Angemessenheit und Verhältnismäßigkeit der Kosten der einzelnen Maßnahmen ist zu achten, da Maßnahmen, welche im Vergleich mit gleichwertigen Maßnahmen unverhältnismäßig hohe Kosten verursachen, nicht gefördert werden können.

3.3.3 WELCHE KONKRETE MASSNAHMEN KÖNNEN GEFÖRDERT WERDEN?

(a) Medien:

Gefördert werden spezifische absatzfördernde Maßnahmen in den Medien von Drittländern wie z. B. Inserate in Printmedien, Ankündigung von Veranstaltungen, Medienpromotion, Social Media, Podcast, Internet, TV-Spots und Rundfunkspots. Die förderfähigen Kosten umfassen sowohl die Kreation, Produktion als auch die Schaltkosten der Maßnahmen.

(b) Public Relation, Promotion und Verkaufsförderung:

Gefördert werden Maßnahmen

- im Bereich der Imagepromotion wie z. B. die Veranstaltung von Österreich-Wochen, Weinevents, Trade Tastings, Consumer-Dinners und Tastings durch Importeure;
- im Bereich von Informationsreisen nach Österreich für Presse und Fachpublikum aus Drittlandsmärkten (Importeure, Sommeliers, Wine-Educators, Distributeure/Vertrieb, Vinothekare, Weinfachberater etc.);
- im Bereich der Verkaufsförderung auch Maßnahmen und Verkostungen am „Point of Sale“ (POS);
- im Bereich der klassischen PR-Arbeit wie z. B. Presseaussendungen, sonstige PR Aktivitäten und Kosten für PR-Agenturen.

Die förderfähigen Kosten (auch vom Importeur oder von im Ausland tätigen Repräsentanten an den Förderungswerber weiter verrechnete Kosten) umfassen

- bei der Imagepromotion die Kosten für Stand- und Personalmiete, die Kosten für die Anmietung von Präsentationsräumlichkeiten, Gläsern und sonstiger Infrastruktur im Zusammenhang mit einer Veranstaltung, sowie deren Bewerbung;
- bei Informationsreisen (einschließlich Rahmenprogramm) die Reisekosten für Presse und Fachpublikum aus Drittlandsmärkten nach Österreich und die Reise- und Unterkunftskosten in Österreich gem. den Kostensätzen, welche in lit. (f) genannt sind; weiters die Kosten für die Anmietung von Präsentationsräumlichkeiten, Gläsern und sonstiger Infrastruktur im Zusammenhang mit einer Veranstaltung in Österreich;
- bei Verkaufsförderung am POS die Kosten für die Produktion von Displays und anderen verkaufsfördernden Werbemittel sowie die werbliche Ankündigung der Aktionen und die Kosten für Präsentationen oder Verkostungen am POS inkl. Personalkosten und Infrastruktur (Gläser etc.);
- die Reise- und Unterkunftskosten des Förderungswerbers gem. den Kostensätzen, welche in lit. (f) genannt sind;

sowie generell Kosten für die Tätigkeit von Werbe- oder P.R.-Agenturen. Die Kosten für bei Veranstaltungen ausgeschenkt Wein (ausgenommen dessen Transportkosten zum Veranstaltungsort) und gereichten Speisen sind nicht förderbar.

(c) Werbemittel:

Gefördert wird die Erstellung und der Versand (auch durch Importeure) von Werbemitteln, z. B. Broschüren, Presstexten, didaktisches Material, DVDs und Plakaten (einschließlich Übersetzungskosten) für den Einsatz auf Drittlandsmärkten.

(d) Teilnahme an Messen und Präsentationen auf Drittlandsmärkten:

Gefördert wird die Teilnahme des Förderungswerbers an verkaufsfördernden Veranstaltungen in Drittländern wie z. B. Messen, Road Shows, Wine-Dinners, Seminare, Annual Tastings und Verkostungen für Presse, Fachpublikum und Konsumenten.

Die förderfähigen Kosten umfassen die Teilnahmegebühren für Messen, weiters die Kosten für Stand- und Personalmiete, die Kosten für die Anmietung von Präsentationsräumlichkeiten, Gläsern und sonstige Infrastruktur im Zusammenhang mit der Veranstaltung. Die förderfähigen Kosten umfassen auch die Kosten für die PR, Abwicklung und Bewerbung einer Messe sowie die Reise- und Unterkunftskosten des Förderungswerbers gem. den Kostensätzen, welche unter Punkt (f) genannt sind. Die Kosten für bei Veranstaltungen ausgeschenkt Wein (ausgenommen dessen Transportkosten zum Veranstaltungsort) und gereichten Speisen sind nicht förderbar. Förderbar sind auch direkt verrechnete Leistungen der Außenhandelsstellen der österreichischen Wirtschaftskammer oder anderer im Ausland tätiger Repräsentanten.

(e) Marktforschung:

Gefördert werden die Kosten für die Erstellung von Studien über neue Märkte zur Verbesserung der Absatzmöglichkeiten oder die Kosten für die Erstellung von Studien zur Bewertung der Ergebnisse von Absatzförderungsmaßnahmen.

(f) Kostensätze für Reise – und Unterkunftskosten im Zusammenhang mit den Maßnahmen:

Die förderfähigen Kosten bemessen sich wie folgt:

- Flugkosten auf der Basis der tatsächlich angefallenen Kosten, jedoch ausschließlich in der Economy-Class;
- Unterkunftskosten auf der Basis der tatsächlich angefallenen Kosten bis zu max. 120,- Euro pro Tag innerhalb der EU und bis zu max. 180,- Euro pro Tag außerhalb der EU.

Die Kosten für die Verpflegung, den lokalen Transport, die Telekommunikation etc. werden durch eine Pauschale von 80,- Euro pro Person und vollen Tag des Aufenthaltes innerhalb der EU und von 90,- Euro pro Person und vollen Tag des Aufenthaltes außerhalb der EU abgegolten.

Hinweis:

Bei Anträgen betreffend Absatzförderungsmaßnahmen auf Drittlandsmärkten mit förderfähigen Kosten von mehr als 1 Mio. Euro sind die im Zusammenhang mit der Durchführung dieser Maßnahmen stehenden Personalkosten förderfähig. Diese Kosten dürfen insgesamt maximal 5 % der gesamten förderfähigen Kosten betragen.

Hinweis:

Die Beihilfenhöhe beträgt 50% der förderfähigen Kosten zuzüglich der anrechenbaren Pauschalen!

Achtung:

Generell nicht förderbare Ausgaben sind Sollzinsen, nicht bezahlte Rechnungs-Teilbeträge (zB Skonti, Rabatte), erstattungsfähige Mehrwertsteuer (zB Schweiz, Norwegen), Anschaffungen von nicht eindeutig projektbezogenen beweglichen Gütern, Zollgebühren, Stornogebühren (zB bei Flügen oder Hotelzimmern), Parkgebühren, Maut- und Autobahngebühren, Bankspesen für Fremdwährungsrechnungen und Auslandsüberweisungen, Spesen betreffend Kreditkartenzahlungen sowie Etiketten für Weinflaschen (siehe auch Punkt 3.5.1).

3.4 INHALT DES ANTRAGS, GENEHMIGUNGSVERFAHREN

3.4.1 ALLGEMEINE VORAUSSETZUNGEN

- Der Wein ist für den direkten Konsum auf den Drittlandsmärkten vorgesehen.
- Für den von den Absatzförderungsmaßnahmen betroffenen Wein existieren ausreichende Exportmöglichkeiten; das Absatzpotential am Drittlandsmarkt ist vorhanden.
- Bei Qualitäts- und Landweinen ist der Ursprung des Weins Teil der Absatzförderungsmaßnahmen.
- Die Absatzförderungsmaßnahme muss klar definiert sein (Welche Erzeugnisse? Welche Marketingmaßnahmen? Welche Kosten?) und auf den spezifischen Qualitäten des Weines basieren.
- Die Absatzförderungsmaßnahme muss mit den gesetzlichen Bestimmungen des Drittlandes übereinstimmen.
- Der Beihilfenwerber muss über genügend technische und finanzielle Kapazität verfügen, um die Maßnahmen durchführen zu können und der entstehenden längerfristigen Marktnachfrage nachkommen zu können.

3.4.2 AUFBAU UND INHALT DES ANTRAGS

Für die Erstellung des Antrags ist das Formblatt der AMA zu verwenden; dabei müssen die folgenden Punkte bei der Erstellung des Antrags jedenfalls Berücksichtigung finden, um eine Bewertung der vorgeschlagenen Maßnahmen zu ermöglichen:

Vorstellung des Betriebs:

- Kurze Darstellung der bisherigen Entwicklung des Betriebs;
- Beschreibung der Tätigkeitsfelder des Betriebs;
- Bisherige Exportaktivitäten, insbesondere auf den Drittlandsmärkten, auf denen Maßnahmen beabsichtigt sind;
- Anzahl der Beschäftigten;
- Betriebsumfang (Gesamtumsatz, Gesamtverkauf, derzeitiger Umsatz auf den beabsichtigten Märkten, derzeitige Exportmengen in die beabsichtigten Märkte).

Beschreibung der geplanten Maßnahmen:

- Welche Maßnahme? (entsprechend Punkt 3.3.3)
- Welche Weine sind betroffen?
- Auf welchen Märkten und für welchen Zeitraum?
- Mit welchen Partnern?
- In welchem Umfang (Aufschlüsselung der Kosten pro Maßnahme, Zielregion und Jahr)?
- Was soll mit den Maßnahmen bewirkt werden? Welche Exportmenge und welcher Exportwert soll nach Abschluss der Maßnahmen erreicht werden?
- Dienen die Maßnahmen zur völligen Neuerschließung eines Marktes oder soll ein bereits bestehender Markt erweitert und/oder verteidigt werden?
- Wenn bereits in einem vorangegangenen Antrag Maßnahmen durch die EU gefördert wurden: Wie unterscheiden sich die aktuell vorgeschlagenen Maßnahmen von den bereits geförderten Maßnahmen?

Beilagen zum Antrag:

Die EU-Vorgaben erfordern eine Prüfung der wirtschaftlichen und finanziellen Kapazität der Betriebe sowie der Proportionalität zwischen den Kosten der geplanten Maßnahmen und der finanziellen Kapazität des Betriebes. Aus diesem Grund sind dem Antrag Unterlagen beizulegen, aus denen der letzte Jahresumsatz des Betriebs ersichtlich ist (z.B. Bilanz, G&V Rechnung etc.).

Im Antrag muss der Betrieb auch bestätigen, dass für die vorgeschlagenen Maßnahmen eine Beihilfe anderer Art (z.B. Beihilfe durch eine österr. Institution oder EU-Beihilfe aus anderen Anträgen) weder beantragt noch bezogen wird.

Hinweis:

Laufzeit der Maßnahmen/Anträge:

Die geplanten Maßnahmen können für eine Laufzeit von max. 3 Jahren beantragt werden, wobei der Abschluss der Maßnahmen (aufgrund von EU-Vorgaben) spätestens am 30.6. eines Jahres erfolgen muss. In begründeten Einzelfällen kann auf Antrag eine Fristerstreckung bis 15.07. genehmigt werden.

Beispiel: Im Sept. 2018 wird ein Antrag gestellt, die Laufzeit der Maßnahmen soll 2 Jahre betragen. Die Maßnahmen müssen am 30.6.2020 abgeschlossen sein.

3.4.3 PRÜFUNG UND GENEHMIGUNG DES ANTRAGS

Die gemäß Punkt 3.4.2. ausgefüllten Antragsformulare sind der AMA vorzulegen. Die Anträge werden gemäß den EU-Vorgaben von Fachexperten der ÖWM, der Landwirtschaftskammer und der Wirtschaftskammer hinsichtlich ihrer Zweckmäßigkeit und ihrer Übereinstimmung mit der generellen Ausrichtung und Positionierung österreichischer Qualitätsweine auf Drittlandsmärkten beurteilt. Auf Basis dieser Beurteilung erstellt ein Gremium aus Fachexperten der AMA und des Bundesministeriums für Nachhaltigkeit und Tourismus (BMNT) eine Reihung der Anträge; entsprechend dieser Reihung und der von der EU zur Verfügung gestellten budgetären Mittel werden die Anträge von der AMA genehmigt.

Im Falle der Genehmigung erhält der Antragsteller von der AMA einen Genehmigungsbescheid zur Durchführung der beabsichtigten Absatzförderungsmaßnahmen. Mit dem Genehmigungsbescheid wird der förderungwerbende Betrieb auch aufgefordert, ein eigenes Konto einzurichten, über das ausschließlich die Zahlungen zum Zwecke der Durchführung des Antrags erfolgen dürfen. Zahlungen für Reise- und Unterkunfts-kosten sowie für die Anmietung von Präsentationsräumlichkeiten können auch mit einer Kreditkarte des Förderwerbers oder seiner Mitarbeiter getätigt werden.

Sollten bei der Beurteilung des Antrags durch die Experten Mängel festgestellt werden, so kann keine Genehmigung erteilt werden. Ein Antrag, der aufgrund der Reihung abzuweisen wäre, kann auf Antrag des Antragstellers im Folgejahr erneut dem Auswahlverfahren unterzogen werden. Die Umsetzung des Vorhabens vor formeller Genehmigung des Antrags durch die Bewilligende Stelle erfolgt auf eigenes wirtschaftliches Risiko des Förderwerbers.

3.4.4 RÜCKTRITT, ÄNDERUNG

- Ein sanktionsloser Rücktritt von der Durchführung einer genehmigten Maßnahme ist nur innerhalb der Antragsperiode 1. September bis 31. Oktober möglich. Wird ein Antrag nach dieser Antragsperiode zurückgezogen, so kann keine Beihilfe ausbezahlt werden und der Förderwerber ist, ausgenommen im Fall höherer Gewalt oder außergewöhnlicher Umstände, für die folgenden beiden Haushaltsjahre von der Teilnahme an einer Maßnahme ausgeschlossen.
- Geringfügige Änderungen eines genehmigten Antrags, welche sich nicht auf die Förderfähigkeit und die Ziele der Maßnahmen auswirken, sind möglich. Mittelübertragungen zwischen einzelnen genehmigten Maßnahmen in der Höhe von maximal 20% des für die einzelne Maßnahme genehmigten Budgets sind möglich, sofern die genehmigten Gesamtkosten nicht überschritten werden.

Ein konkretes Beispiel dazu:

- Es werden (über alle Länder) folgende Maßnahmen beantragt:

| | |
|---------------|--------------|
| Medien | 100,- |
| PR | 300,- |
| <u>Messen</u> | <u>200,-</u> |
| Gesamt | 600,- |

- In der Abrechnung am Ende des Durchführungszeitraums ist daher folgendes möglich:

| | |
|---------------|---------------------------------|
| Medien | zwischen 80,- und 120,- |
| PR | zwischen 240,- und 360,- |
| <u>Messen</u> | <u>zwischen 160,- und 240,-</u> |

Gesamt zwischen 480,- und 600,- (genehmigter Gesamtbetrag darf keinesfalls überschritten werden)

- Änderungen eines bereits genehmigten Antrags, welche zu einer Reduktion der genehmigten Gesamtkosten einschließlich der Pauschalen von mehr als 20% führen oder zu einer wesentlichen Änderung der genehmigten Maßnahmen oder Zielmärkte führen, sind bei der AMA vor der Durchführung schriftlich zu beantragen. Über die Änderung ist bescheidenmäßig zu entscheiden; dabei kann die AMA eine Bewertung durch Experten einholen. Eine Erhöhung der genehmigten maximal förderfähigen Gesamtkosten ist nicht möglich.

Hinweis:

Es ist daher unbedingt erforderlich, bereits bei der Konzeption des Antrags eine sehr realistische Sicht der geplanten Maßnahmen und der erwarteten Marktentwicklung zu haben!

3.5 GEWÄHRUNG DER BEIHILFE, BERICHTSPFLICHTEN

- Für jeden Antrag ist bei der AMA unter Verwendung des vorgesehenen Formblatts zwischen 1. und 30.6. jedes Jahres des Durchführungszeitraums ein Teilzahlungsantrag zu stellen.
- Weitere zwischenzeitliche Teilzahlungsanträge sind nur für Anträge mit mehr als 1 Mio. Euro genehmigter Gesamtkosten möglich, jedoch maximal ein Teilzahlungsantrag pro Quartal.
- Der Antrag auf Gewährung der Beihilfe bzw. der letzte Teilzahlungsantrag ist unter Verwendung des dafür vorgesehenen Formblattes nach dem Abschluss aller Maßnahmen des Antrags, spätestens jedoch am 30.6. des letzten Jahres des Durchführungszeitraums bei der AMA zu stellen.

3.5.1 DER (TEIL)ZAHLUNGSANTRAG

Jedem Zahlungsantrag ist eine Übersicht über die Durchführung der genehmigten Maßnahmen im Abrechnungszeitraum sowie eine Finanzübersicht mit einer Aufstellung der getätigten Ausgaben pro Maßnahme und Zielregion einschließlich der Rechnungen und Zahlungsnachweise im Original sowie der Nachweis über die Durchführung der Maßnahme (Fotos, Belegexemplare etc.) beizufügen. In allen Fällen, in denen vom Rechnungsleger (Leistungserbringer) elektronisch archivierte Rechnungen bzw. elektronische Rechnungen ausgestellt werden, muss ein Vermerk angebracht werden, aus dem eindeutig hervorgeht, dass die elektronische Rechnung ausschließlich zur Förderung in der Periode WEIN 19 – 23 eingereicht wird (z.B. *Die gegenständliche Rechnung wurde anlässlich eines Projektes ausgestellt, das zur Förderung im Rahmen des EU-Programmes Absatzförderung für Wein auf Drittlandsmärkten in der Periode WEIN 19– 23 eingereicht wird.*).

Aus den vorgelegten Zahlungsnachweisen hat unzweifelhaft hervorzugehen, dass die Zahlung durch den Förderwerber erfolgt ist. Als derart erfolgte Zahlung gilt auch die Zahlung durch eine im engen Familienverhältnis zum Förderwerber stehende Person (Ehegatte, Ehegattin, Lebensgefährtin, Lebensgefährtin, Sohn, Tochter, Mutter, Vater, Bruder, Schwester), wenn diese nachweislich im Betrieb des Förderwerbers mitwirkt. Leasingfinanzierte Maßnahmen sind nicht förderbar. Übersteigt der jeweilige Rechnungsbetrag 5.000 Euro netto, so muss eine unbare Zahlung nachgewiesen werden. Eine Warenlieferung anstatt Zahlung sowie die Verwendung von Guthaben auf Tauschbörsen sind keine geeignete Zahlungsweise im Sinne der nationalen Verordnung zur Durchführung von Marktordnungsmaßnahmen im Weinbereich. Als Zahlungsnachweis für Kreditkartenzahlungen ist die bezugshabende Abrechnung der Kreditkartenfirma im Original vorzulegen.

Wird eine Fremdwährungsrechnung in Euro beglichen, so ist der aus dem Zahlungsnachweis ersichtliche Eurobetrag exklusive aller Bankspesen vom Förderwerber auf der Rechnung anzuführen. Wird die Rechnung in der Fremdwährung beglichen, so gilt der vorletzte Wechselkurs, der von der Europäischen Zentralbank vor dem Monat festgesetzt worden ist, für den die betreffenden Rechnungsbeträge gemeldet werden.

Es sind ausschließlich Rechnungsbelege von für die jeweilige Tätigkeit einschlägig befugten Unternehmen zu berücksichtigen. Aus den Rechnungsbelegen müssen alle für die Ermittlung und Kontrolle des Förderbetrages erforderlichen Einzelpositionen und die zugehörigen Teilbeträge ersichtlich sein. Die eingereichten Rechnungen müssen in deutscher, englischer oder französischer Sprache verfasst sein. Für Rechnungen in einer anderen Sprache sind auf Verlangen der AMA beglaubigte Übersetzungen nachzureichen.

Bei den Kosten für Reise und Unterkunft (sowohl des Förderungswerbers als auch für eingeladene Journalisten, Importeure etc.) ist die Nennung der betroffenen Person(en) erforderlich (Wer ist geflogen? Wer hat genächtigt? etc.). Für die zugehörigen Rechnungen (Flug, Hotel etc.) gelten die gleichen Anforderungen wie oben für die Maßnahmen genannt. Die pauschalen Sätze für Verpflegung, lokaler Transport etc. (siehe Pkt. 3.3.3 Buchstabe f) sind im Formblatt mit Nennung der betroffenen Personen anzuführen.

Neben dem bei Verkostungen etc. ausgeschenkt Wein, gereichten Speisen und Getränken (siehe Pkt. 3) sind folgende weitere Ausgaben nicht förderbar:

- Sollzinsen,
- nicht bezahlte Rechnungs-Teilbeträge (z.B. Skonti, Rabatte),
- österr. Mehrwertsteuer
- erstattungsfähige Mehrwertsteuer auf ausländischen Rechnungen (z.B. Schweiz, Norwegen)
- Anschaffung von nicht eindeutig projektbezogenen beweglichen Gütern,
- Zollgebühren,
- Stornogebühren,
- Parkgebühren,
- Maut- und Autobahngebühren,
- Kurtaxe etc. auf Hotelrechnungen,
- Vertragsgebühren (z.B. auf Mietwagenrechnungen),
- Kosten für Etikettengestaltung und -erstellung.

- Spesen für Auslandsüberweisungen im Rahmen der Beihilfengewährung

Diese Beträge sind auf jeden Fall (auch wenn z.B. ein Skonto gar nicht in Anspruch genommen wurde) vom Rechnungsbetrag abzuziehen bzw. herauszurechnen und dürfen nicht in die Tabelle der Finanzübersicht aufgenommen werden!

Bei Pauschalrechnungen z.B. von PR-Agenturen oder Handelsvertretern über die Abwicklung eines Gesamtprogramms müssen die Kosten für die einzelnen Maßnahmen nachvollziehbar dargestellt sein, zB durch Subbelege, Verträge, Arbeitsprogramm etc.

Belegexemplare von Werbemitteln (Broschüren, Flugblätter etc.) sind der Abrechnung beizulegen.

3.5.2 DIE FINANZÜBERSICHT

Jeder Abrechnung ist eine Übersicht über die Durchführung der im Antrag enthaltenen Maßnahmen sowie eine Finanzübersicht mit einer genauen Aufstellung der getätigten Ausgaben beizufügen. Die Finanzübersicht muss in der vorgegebenen Form (Formblatt der AMA) erfolgen, wobei in der Tabelle (mit einer fortlaufenden Nummer) für jede Rechnung

- die ausstellende Firma,
- der Rechnungsgegenstand,
- das Rechnungsdatum,
- die Rechnungsnummer und
- der Netto-Betrag in Euro (zu Fremdwährungsrechnungen und MWSt. siehe unten)

anzuführen sind. Die EXCEL Tabelle ist auch in elektronischer Form der AMA zu übermitteln (weinmarktordnung@ama.gv.at). Die Rechnungen sind im Original der AMA vorzulegen; für jede Rechnung muss auch ein Zahlungsnachweis im Original vorgelegt werden.

3.5.3 BERICHTSPFLICHTEN

Dem Antrag auf Gewährung der Beihilfe bzw. dem letzten Zahlungsantrag ist zusätzlich eine Bewertung der zum Berichtszeitpunkt feststellbaren Ergebnisse der Absatzförderungs-Maßnahmen beizulegen. Dabei ist auch eine Gegenüberstellung der zum Zeitpunkt vor Durchführung der Maßnahme geschätzten künftigen Exportdaten mit den zum Zeitpunkt nach Durchführung der Maßnahme festgestellten tatsächlichen Exportdaten zu enthalten. Wenn die Exportdaten nach Durchführung der Maßnahme von der geschätzten Entwicklung der Exportdaten abweichen, sind die Gründe für dieses Abweichen darzustellen. Erfolgt keine nachvollziehbare Begründung, so wird der Förderwerber für die Dauer des Nationalen Stützungsprogramm von der Beantragung weiterer Maßnahmen ausgeschlossen.

Die Bewertung der zum Berichtszeitpunkt feststellbaren Ergebnisse soll die Evaluierung des Antrags ermöglichen; mögliche Indikatoren dafür sind u.a.:

- Menge und Wert der tatsächlich exportierten Weine und Vergleich mit den Erwartungen (muss jedenfalls in der Bewertung angeführt sein)
- Anzahl der durchgeführten Events, Verkostungen, Präsentationen, Mailings, Rundschreiben etc.
- Anzahl der erreichten Kunden, Importeure, Journalisten etc.
- Anzahl der erschienenen Artikel, medialen Erwähnungen etc.
- Vergleich zwischen der Exportsituation des Förderungswerbers und der allgemeinen Exportsituation das jeweilige Drittland betreffend
- Generelle Entwicklung des Marktes im Drittland
- Kundenreaktionen

Zur besseren Lesbarkeit wurde im vorliegenden Merkblatt die männliche Wortform gewählt. Im Sinne des Gleichheitsgrundsatzes beziehen sich diese Formulierungen selbstverständlich auf Personen jeden Geschlechts. Ebenso erstreckt sich der Begriff Ehe gleichermaßen auf eingetragene Partnerschaften.

Impressum

Informationen gemäß § 5 E-Commerce Gesetz und Offenlegung gemäß § 25 Mediengesetz

Medieninhaber, Herausgeber, Vertrieb: Agrarmarkt Austria

Redaktion: GB II/Abt.4/Ref.17, Dresdner Straße 70, 1200 Wien, UID-Nr.: ATU16305503, DVR-Nr.: 0719838, Telefon: +43 1 334 39 54,

E-Mail: weinmarktordnung@ama.gv.at

Vertretungsbefugt:

Dipl.-Ing. Günter Griesmayr, Vorstandsvorsitzender und Vorstand für den Geschäftsbereich II

Dr. Richard Leutner, Vorstand für den Geschäftsbereich I

Die Agrarmarkt Austria ist eine gemäß § 2 AMA-Gesetz, BGBl. Nr. 367/1992 eingerichtete juristische Person öffentlichen Rechts, deren Aufgaben im § 3 festgelegt sind. Sie unterliegt gemäß § 25 AMA-Gesetz der Aufsicht des Bundesministers für Nachhaltigkeit und Tourismus.

Grafik/Layout: AMA; Bildnachweis: BMNT Alexander Haiden, Hofmann; Hersteller: AMA