



Verlautbarungsblatt

der



A-1200 Wien, Dresdner Straße 70

Gemäß des § 32 des AMA-Gesetzes 1992 (BGBl. Nr. 376)

Jahrgang 2011

Ausgegeben am 16. Februar 2011

1. Stück

INHALT

Verlautbarungen, ausgenommen Kundmachung von Verordnungen der Organe der AMA

- 1. Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarmarkterzeugnisse in Drittländern gemäß der Verordnung (EG) Nr. 3/2008 – Aufforderung zur Einreichung von Programmen**

Nr. 1.

Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarmarkterzeugnisse in Drittländern gemäß der Verordnung (EG)Nr. 3/2008 – Aufforderung zur Einreichung von Programmen

Nr. 1

Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarmarkterzeugnisse in Drittländern gemäß der Verordnung (EG) Nr. 3/2008 – Aufforderung zur Einreichung von Programmen

Einleitung

Die Europäische Gemeinschaft kann gemäß der Verordnung (EG) Nr. 3/2008 des Rates vom 17. Dezember 2007 eine finanzielle Unterstützung für Programme zur Absatzförderung und Information bestimmter Agrarprodukte in Drittländern mit einer Laufzeit von einem bis höchstens drei Jahren gewähren. Die Verordnung (EG) Nr. 501/2008 der Kommission vom 5. Juni 2008 enthält die entsprechenden Durchführungsvorschriften.

Die Marktordnungsstelle Agrarmarkt Austria (AMA) gibt den Branchen- und Dachverbänden der betreffenden Bereiche im Agrarsektor Gelegenheit, Programmanschläge für die Durchführung der unten genannten Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für die unter Punkt 5 genannten Erzeugnisse in den unter Punkt 6 angeführten Ländern einzureichen.

Wenn die eingereichten Angebote von öffentlichen Auftraggebern stammen, sind die Bestimmungen der Richtlinie 2004/18/EG des Rates bzw. des Bundesvergabegesetzes einzuhalten. Die Botschaften müssen den in den Zieldrittländern geltenden Rechtsvorschriften entsprechen.

1.) Art der Maßnahmen:

Folgende Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarerzeugnisse und Nahrungsmittel in Drittländern sind finanzierungsfähig:

- Öffentlichkeitsarbeit, Absatzförderungs- und Werbemaßnahmen, insbesondere zur Hervorhebung der wesentlichen Merkmale und Vorzüge von Gemeinschaftserzeugnissen, vor allem in Bezug auf Qualität, Lebensmittelsicherheit, besondere Produktionsmethoden, Nährwert und Hygiene, Etikettierung sowie Tier- und Umweltschutz;
- 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 sowie über sonstige Gemeinschaftsregelungen betreffend Qualitätsnormen und die Etikettierung von Agrarerzeugnissen und Lebensmitteln und über die in den einschlägigen Gemeinschaftsvorschriften vorgesehenen grafischen Symbole;
- Informationsmaßnahmen zur Gemeinschaftsregelung für Qualitätsweine bestimmter Anbaugebiete (b.A.), Weine mit geografischer Angabe und Spirituosen mit geographischer Angabe oder traditioneller Angabe;
- Untersuchungen zu Folgenabschätzungen der Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen;
- Maßnahmen zur Information über die Gemeinschaftsregelung für Tafelwein;
- Beteiligung an nationalen und internationalen Veranstaltungen, Messen und Ausstellungen, insbesondere durch Errichtung von Ständen zur Aufwertung des Images von Gemeinschaftsprodukten;
- Studien über neue Märkte, die zur Erschließung neuer Absatzmöglichkeiten erforderlich sind;
- hochrangige Handelsmissionen.

2.) Antragsberechtigte:

Antragsberechtigt sind Branchen- und Dachverbände, welche auf EG-Ebene, in einem oder in mehreren Mitgliedstaaten tätig sind, über die finanziellen und technischen Mitteln und über ausreichende Erfahrung bei der Durchführung derselben Art von Maßnahme verfügen.

Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarmarkterzeugnisse in Drittländern gemäß der Verordnung (EG)Nr. 3/2008 – Aufforderung zur Einreichung von Programmen

Beteiligen sich mehrere Verbände unterschiedlicher Mitgliedsstaaten an einem Programm, so müssen die Programme mit den Leistungsverzeichnissen aller beteiligten Mitgliedsstaaten abgestimmt werden.

3.) Finanzielle Beteiligung

Die finanzielle Beteiligung der Gemeinschaft beträgt höchstens 50 % der tatsächlichen Kosten des Programms.

Die vorschlagende Organisation trägt mindestens 20 % der tatsächlichen Kosten der von ihr vorgeschlagenen Programme, der Rest der Finanzierung wird vom Mitgliedsstaat übernommen. Diesbezügliche Anfragen sind an das Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft zu stellen.

Der Finanzierungsanteil der vorschlagenden Organisation sowie der Anteil des Mitgliedstaates kann aus steuerlichen Einnahmen (zB Agrarmarketingbeiträge) abgedeckt werden.

4.) Antragsfrist:

Programme sind **bis spätestens 31. März 2011** schriftlich in deutscher Sprache bei der unter Pkt. 9 genannten zuständigen nationalen Stelle mittels des unter Punkt 10 genannten Antragsformulars einzureichen.

Sollte es zu einem Vertragsabschluss kommen, so ist zur Gewährleistung der ordnungsgemäßen Ausführung des Vertrages eine Sicherheit in Höhe von 15% der maximalen jährlichen Beteiligung der Gemeinschaft und des oder der betreffenden Mitgliedstaaten zu leisten.

5.) Gegenstand der Programme:

Für folgende Erzeugnisse können Informations- und/oder Absatzförderungsprogramme eingereicht werden:

Produkte:

- Rind- und Schweinefleisch, frisch, gekühlt oder gefroren, Verarbeitungserzeugnisse oder Zubereitungen daraus
- Qualitätsgeflügel Fleisch
- Milcherzeugnisse
- Olivenöl und Tafeloliven
- Tafelwein mit geografischer Angabe, Qualitätswein b.A.
- Spirituosen mit geografischer Angabe oder geschützter traditioneller Bezeichnung
- Obst und Gemüse, frisch oder verarbeitet
- Verarbeitungserzeugnisse aus Getreide und Reis
- Faserlein
- Lebende Pflanzen und Waren des Blumenhandels
- Erzeugnisse mit geschützter Ursprungsbezeichnung (g.U.) bzw. geschützter geografischer Angabe (g.g.A.) oder garantiert traditionelle Spezialitäten (g.t.S.) gemäß der Verordnungen (EG) Nr. 2081/92 oder (EG) Nr. 2082/92
- Erzeugnisse des ökologischen Landbaus gemäß der Verordnung (EG) Nr. 2092/91
- Wein mit geschützter Ursprungsbezeichnung oder geschützter geografischer Angabe, Wein mit Angabe der Keltertraubensorte
- Spirituosen mit geschützter geografischer Angabe

Hinweise bezüglich des Ursprungs der Erzeugnisse müssen gegen über der Hauptbotschaft der Kampagne im Hintergrund bleiben, es sei denn es handelt sich um eine gem. den Gemeinschaftsvorschriften erfolgte Bezeichnung oder um ein typisches Erzeugnis, das zur Veranschaulichung der Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen erforderlich ist. Programmanschläge dürfen auch nicht auf bestimmte Handelsmarken ausgerichtet sein.

Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarmarkterzeugnisse in Drittländern gemäß der Verordnung (EG)Nr. 3/2008 – Aufforderung zur Einreichung von Programmen

6.) Drittländermärkte, in denen die Absatzförderungsmaßnahmen durchgeführt werden können:

- a.) Land: Australien, Bosnien und Herzegowina, China, Indien, Japan, Kroatien, Ehemalige jugoslawische Republik Mazedonien, Neuseeland, Norwegen, Russland, Schweiz, Serbien und Montenegro einschl. Kosovo, Südafrika, Südkorea, Türkei, Ukraine
- b.) geographisches Gebiet:
Lateinamerika, Naher und Mittlerer Osten, Nordafrika, Nordamerika, Südostasien

7.) Auswahl- und Zuschlagskriterien

- Kohärenz der vorgeschlagenen Konzepte mit den festgelegten Zielen
- Qualität der vorgeschlagenen Maßnahmen
- Erwartete Wirkung auf die Nachfrage nach den betreffenden Erzeugnissen
- Effizienz und Repräsentativität der beteiligten Organisationen
- Technische Ausstattung und Effizienz der vorgeschlagenen Durchführungsstelle

Bevorzugte Programme:

- Bei Programmen, die mehrere Mitgliedstaaten interessieren:
Programme, die sich auf mehrere Erzeugnisse beziehen und den Schwerpunkt auf die Qualität, den dietätischen Wert und die Lebensmittelsicherheit der Gemeinschaft legen
- Bei Programmen, die nur einen Mitgliedstaat oder nur ein Produkt betreffen:
Programme, die das Gemeinschaftsinteresse insbesondere in Bezug auf die Qualität, den dietätischen Wert, die Sicherheit und die Repräsentativität der europäischen Agrar- und Lebensmittelproduktion herausstellen.

8.) Weitere Informationen:

Die Verordnungen sind im Internet abrufbar:

Verordnung (EG) Nr. 3/2008:

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:003:0001:0009:DE:PDF>

Verordnung (EG) Nr. 501/2008:

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:147:0003:0034:DE:PDF>

9.) Zuständige nationale Stellen:

- a.) für alle Produkte ausgenommen Tafelwein mit geografischer Angabe, Qualitätswein b. A.
Agrarmarkt Austria, I/3/10
Hr. Alois Luger
Dresdner Straße 70
1200 Wien
Tel.: 01/33151 – 218
Fax: 01/33151 - 4624
Email: alois.luger@ama.gv.at

Verlautbarung der AGRARMARKT AUSTRIA

Nr. 1.

Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarmarkterzeugnisse in Drittländern gemäß der Verordnung (EG)Nr. 3/2008 – Aufforderung zur Einreichung von Programmen

b.) für Tafelweine mit geografischer Angabe und Qualitätsweine b.A.

Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft
Hr. Rudolf Schmid
Stubenring 1
1012 Wien
Tel.: 01/71100-2840
Fax.: 01/71100-2725
Email: rudolf.schmid@lebensministerium.at

10.) Antragsformular:

Für die Einreichung von allen Absatzförderungsprogrammen ist das von der Europäischen Kommission aufgelegte Antragsformular zu verwenden.

Es ist im Internet abrufbar:

http://ec.europa.eu/agriculture/prom/forms/appliform_de.doc

Diese Verlautbarung ist auch auf der Webseite
der Agrarmarkt Austria (www.ama.at) im **Internet** verfügbar.

Impressum:

Verlautbarungsblatt der Marktordnungsstelle Agrarmarkt Austria (AMA)

Medieninhaber, Herausgeber, Vertrieb: AGRARMARKT AUSTRIA

Redaktion: Agrarmarkt Austria
I/1 – Recht, Personal
Dresdner Straße 70
A-1200 Wien

Telefon: (01) 331 51-0
Telefax: (01) 331 51-199
E-mail: office@ama.gv.at

Hersteller: Eigendruck