



# Verlautbarungsblatt

der



**A-1200 Wien, Dresdner Straße 70**

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

---

**Jahrgang 2004**

Ausgegeben am 17. Dezember 2004

**11. Stück**

---

## *INHALT*

**Verlautbarungen, ausgenommen Kundmachung von Verordnungen der Organe der AMA**

- 21. Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarmarkterzeugnisse im Binnenmarkt gemäß der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 – Aufforderung zur Einreichung von Programmen; Bekanntgabe der Leitlinien gemäß der Verordnung (EG) Nr. 94/2002 i.d.g.F.**

Nr. 21. Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarmarkterzeugnisse im Binnenmarkt gemäß der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 – Aufforderung zur Einreichung von Programmen; Bekanntgabe der Leitlinien gemäß der Verordnung (EG) Nr. 94/2002 i.d.g.F.

---

**Nr. 21.**

**Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarmarkterzeugnisse im Binnenmarkt gemäß der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 – Aufforderung zur Einreichung von Programmen; Bekanntgabe der Leitlinien gemäß der Verordnung (EG) Nr. 94/2002 i.d.g.F.**

**1.) Einleitung:**

Die Europäische Gemeinschaft gewährt gemäß der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 des Rates vom 19. Dezember 2000 eine finanzielle Unterstützung für Programme zur Absatzförderung und Information bestimmter Agrarprodukte im Binnenmarkt mit einer Laufzeit von ein bis drei Jahren. Die Verordnung (EG) Nr. 94/2002 der Kommission vom 18. Januar 2002, zuletzt geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 1803/2004, enthält die entsprechenden Durchführungsvorschriften.

**2.) Antragsberechtigte:**

Antragsberechtigt sind Branchen- und Dachverbände mit Sitz in der Gemeinschaft.

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

**3.) Finanzielle Beteiligung:**

Gemäß Art. 9 der Verordnung (EG) Nr. 94/2002 und Art. 9 der VO (EG) Nr. 2826/2000 beträgt die finanzielle Beteiligung der Gemeinschaft höchstens 50 % der tatsächlichen Kosten des Programms.

Die Mitgliedstaaten beteiligen sich an der Finanzierung der Maßnahmen mit 20 % der tatsächlichen Kosten, der Restbetrag ist von den beteiligten Organisationen zu übernehmen. Die Mittel zur Finanzierung des Anteils der Mitgliedstaaten und/oder Branchen- oder Dachverbänden können auch aus steuerähnlichen Einnahmen stammen.

Informations- und Absatzförderungsprogramme, welche im Rahmen der Verordnung (EG) Nr. 1257/1999 des Rates co-finanziert werden, können nicht auch durch Förderungen im Rahmen der VO (EG) Nr. 2826/2000 unterstützt werden.

**4.) Antragsfrist:**

Programme sind bis spätestens **31. Jänner 2005 bzw. 31. Juli 2005** in deutscher Sprache bei der unter Pkt. 8 genannten zuständigen nationalen Stelle einzureichen.

Die Anträge haben insbesondere zu enthalten:

- Zielvorgaben
- Hauptzielgruppen
- Hauptaussagen (z.B.: Besonderheiten des Erzeugnisses, Qualitätsmerkmale, etc....)
- Wichtigste Instrumente der Maßnahme (z.B.: Teilnahme an Messen, Schaltung von Inseraten etc....)
- Laufzeit des Programms
- Kostenvoranschlag
- Durchführende Stelle

**5.) Gegenstand der Programme:**

## *Verlautbarung der AGRARMARKT AUSTRIA*

Nr. 21. Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarmarkterzeugnisse im Binnenmarkt gemäß der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 – Aufforderung zur Einreichung von Programmen; Bekanntgabe der Leitlinien gemäß der Verordnung (EG) Nr. 94/2002 i.d.g.F.

---

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

a.) Themen:

- Information über die geschützten Ursprungsbezeichnungen (g.U.), die geschützten geographischen Angaben (g.g.A.), die garantiert traditionellen Spezialitäten (g.t.S.) und die hierzu in den Agrarvorschriften vorgesehenen grafischen Symbole
- Information über Methoden des ökologischen Landbaus
- Information über landwirtschaftliche Produktionssysteme zur Herkunftssicherung und Etikettierung der Erzeugnisse
- Information über Lebensmittelqualität und –sicherheit sowie über ernährungswissenschaftliche und gesundheitliche Aspekte

b.) Produkte:

- frisches Obst und Gemüse
- Verarbeitungszeugnisse 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
- Konsumeier

Für nähere Informationen zu den einzelnen Programmen siehe Anhang I und III der Verordnung (EG) Nr. 94/2002 i.d.g.F.

### **6.) Auswahl- und Zuschlagskriterien:**

- Übereinstimmung des vorgeschlagenen Programms mit den Zielen des Anhang III der o.a. Verordnung i.d.g.F.
- Anzahl der durch das Programm beteiligten Mitgliedsstaaten
- Reichweite des Programms
- Der erwartete Nutzen in Vergleich zu den Kosten
- Kompetenz, Effizienz und Repräsentanz des beantragenden Verbandes

### **7.) Weitere Informationen:**

Die Verordnungen sind im Internet abrufbar:

Verordnung (EG) Nr. 94/2002:

[http://europa.eu.int/eur-lex/de/consleg/pdf/2002/de\\_2002R0094\\_do\\_001.pdf](http://europa.eu.int/eur-lex/de/consleg/pdf/2002/de_2002R0094_do_001.pdf)

Verordnung (EG) Nr. 2826/2000:

[http://europa.eu.int/servlet/portail/RenderServlet?search=DocNumber&lg=de&nb\\_docs=25&domain=Legislation&coll=&in\\_force=NO&an\\_doc=2000&nu\\_doc=2826&type\\_doc=Regulation](http://europa.eu.int/servlet/portail/RenderServlet?search=DocNumber&lg=de&nb_docs=25&domain=Legislation&coll=&in_force=NO&an_doc=2000&nu_doc=2826&type_doc=Regulation)

### **8.) Zuständige nationale Stellen:**

## Verlautbarung der AGRARMARKT AUSTRIA

Nr. 21. Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarmarkterzeugnisse im Binnenmarkt gemäß der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 – Aufforderung zur Einreichung von Programmen; Bekanntgabe der Leitlinien gemäß der Verordnung (EG) Nr. 94/2002 i.d.g.F.

a). Für frisches Obst und Gemüse, Verarbeitungserzeugnisse aus Obst und Gemüse, Milcherzeugnisse, Olivenöl und Tafeloliven, lebende Pflanzen und Waren des Blumenhandels, Faserlein, Methoden der ökologischen Erzeugung, Rindfleisch, frisch, gekühlt oder gefroren und Konsumeier:

Agrarmarkt Austria, GB I/Abt. 3/Ref. 10

Fr. Ingrid Thaller

Dresdner Straße 70

1200 Wien

Tel.: 01/33151 – 239

Fax: 01/33151 - 4624

Email: [ingrid.thaller@ama.gv.at](mailto:ingrid.thaller@ama.gv.at)

b.) Für Qualitätsweine b.A., Tafelweine mit geografischer Angabe

Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft

Dr. Rudolf Schmid

Stubenring 1

1012 Wien

Tel.: 01/71100-2840

Fax.: 01/71100-2725

Email: [Rudolf.Schmid@lebensministerium.at](mailto:Rudolf.Schmid@lebensministerium.at)

**9.) Für die Einreichung von allen Verkaufsförderungsprogrammen sind folgende Angaben notwendig:**

### **1 Bezeichnung des Programms**

### **2 Angaben zu der/den vorschlagenden Stelle(n)**

2.1 Name, Anschrift, E-Mail, Telefon, Fax, Kontaktperson

2.2 Angaben zur Repräsentativität des/der betreffenden Sektors/Sektoren

2.3 Bescheinigung über die finanzielle und wirtschaftliche Leistungsfähigkeit

### **3. Angaben zum Programm**

3.1 Erfasste Erzeugnisse/Sektoren

3.2 Art des Programms: Information/Verkaufsförderung/gemischt

3.3 Zuständige (r) Mitgliedstaat (en)

*Bei Programmen mehrerer Mitgliedstaaten ist der federführende Mitgliedsstaat anzugeben.*

3.4 Zielmitgliedstaat (en) (Binnenmarkt)

*Zielmarkt/-märkte (Drittländer)*

3.5 Laufzeit

3.6 Handelt es sich um die Fortsetzung eines früheren Programms?

Gibt es ähnliche (beendete oder noch laufende) Programme?

### **4 Beschreibung des Programms**

4.1 Allgemeiner Kontext der Marktlage und der Nachfrage

4.2 Zielsetzung (en)

4.3 Strategie und Zielgruppe(n) des Programms

4.4 Zu vermittelnde Themen und Inhalte

4.5 Maßnahmen

*Beschreibung der einzelnen Maßnahmen*

*Begründung des Mittelansatzes für die einzelnen Maßnahmen*

## Verlautbarung der AGRARMARKT AUSTRIA

Nr. 21. Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarmarkterzeugnisse im Binnenmarkt gemäß der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 – Aufforderung zur Einreichung von Programmen; Bekanntgabe der Leitlinien gemäß der Verordnung (EG) Nr. 94/2002 i.d.g.F.

### **5 Voraussichtliche Wirkung**

*Beschreibung und wenn möglich Quantifizierung der voraussichtlichen Wirkung mit Bezug auf die angestrebten Ergebnisse*

### **6 Europäische Dimension des Programms**

*Angabe des Mehrwerts auf europäischer Ebene*

### **7 Durchführende Stelle(n)**

7.1 Name, Anschrift, E-Mail, Telefon, Fax, Kontaktperson

7.2 Bewerbungsverfahren und Begründung der Auswahl der Stelle(n)

*Anzahl der versandten Aufforderungen (mindestens drei) und der eingegangenen Bewerbungen*

7.3.1 Fachliche Kompetenz und Befähigung zur Durchführung des Programms

### **8 Mittelansatz**

Gesamtmittel und Aufstellung nach Maßnahmen/Jahr

*Die Mittelaufstellung muss dem Aufbau und der Reihenfolge in der Beschreibung der Maßnahmen (Nr. 4.5) entsprechen. Für jede Maßnahme ist eine zusammenfassende Aufstellung pro Jahr und für die gesamte Laufzeit des Programms vorzusehen.*

### **9 Finanzierungsplan**

#### **VERBINDLICHE ANLAGEN**

**1 Unterzeichnete schriftliche Bestätigung der finanziellen Verpflichtung der vorschlagenden Stelle(n) für die gesamte Dauer des Programms.**

2 Unterzeichnete schriftliche Bestätigung der vorschlagenden Stelle(n), dass für das Programm keine anderen Zuwendungen der EU bezogen werden.

### **PRÜFLISTE ZUR EINREICHUNG VON VERKAUFSFÖRDERUNGSPROGRAMMEN (BINNENMARKT UND DRITTLÄNDER) DURCH DIE VORSCHLAGENDE STELLEN<sup>1</sup>**

### **2 ANGABEN ZU DER/DEN VORSCHLAGENDEN STELLE(N)**

2.2 Nachweis der Befähigung zur Vertretung der Interessen des/der betreffenden Sektors/Sektoren auf einzelstaatlicher Ebene.

2.3 Bestätigung der Verfügbarkeit der nötigen Mittel zur wirksamen Durchführung der Maßnahmen, anhand früherer Erfahrungen bei der Durchführung vergleichbarer nationaler, regionaler oder privater Programme in den letzten drei Jahren.

### **3 ANGABEN ZUM PROGRAMM**

<sup>1</sup> Diese Prüfliste ist Bestandteil des Formulars zur Einreichung von Verkaufsförderungsprogrammen durch die vorschlagenden Stellen. Hier werden einige wichtige Punkte des Formulars kurz erläutert. Weitere Informationen sind bei den zuständigen Stellen der Mitgliedstaaten erhältlich.

Nr. 21. Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarmarkterzeugnisse im Binnenmarkt gemäß der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 – Aufforderung zur Einreichung von Programmen; Bekanntgabe der Leitlinien gemäß der Verordnung (EG) Nr. 94/2002 i.d.g.F.

---

3.1 Sofern der Ursprung eines Erzeugnisses erwähnt wird, muss dieser gegenüber den hauptsächlichen Informationsinhalten über Merkmale und Qualitäten des Produkts nachrangig sein.

#### **4 BESCHREIBUNG DES PROGRAMMS**

Allgemeiner Kontext, Zielsetzung, Strategie, Zielgruppen, Themen und Inhalte, Maßnahmen und Mittel zu deren Durchführung. Übereinstimmung des Programms und seiner Teile mit den Leitlinien für den betreffenden Sektor.

4.4 Etwaige Hinweise auf gesundheitliche Wirkungen oder Ernährungseigenschaften von Erzeugnissen sind wissenschaftlich zu belegen und müssen den einzelstaatlichen und europäischen Gesundheitsvorschriften entsprechen.

4.5 Als Programm verstehen sich mehrere zusammenhängende Maßnahmen von angemessenem Umfang. Angabe der Maßnahmen und der Mittel zu ihrer Durchführung, ihrer Anzahl, der Planung, der Einheitskosten usw. als taugliche Grundlage für den Mittelansatz.

#### **5 VORAUSSICHTLICHE WIRKUNG**

Beschreibung der voraussichtlichen Wirkung des Programms in Bezug auf die Entwicklung der Nachfrage, die Bekanntheit und das Image der Erzeugnisse oder jeden anderen Aspekt der angestrebten Ziele. Qualifizierung und wenn möglich Quantifizierung der erwarteten Wirkung als konkreter Umsetzung der Ziele.

#### **6 EUROPÄISCHE DIMENSION DES PROGRAMMS**

Genaue Angaben zum Mehrwert auf europäischer Ebene: Warum wird das Programm im Rahmen der Informations- und Absatzförderungsprogramme für EU-Agrarerzeugnisse vorgeschlagen? Beispiel: Der angestrebte Mehrwert kann in der Zusammenarbeit verschiedener Mitgliedstaaten oder in der Werbung für eine in den Gemeinschaftsbestimmungen vorgesehene Bezeichnung anhand einer Produktionsauswahl aus verschiedenen Mitgliedstaaten bestehen.

#### **7 DURCHFÜHRENDE STELLE(N)**

7.2 Genaue Beschreibung des Bewerbungsverfahrens und Begründung der Auswahl der Stelle(n), die nicht von der/den vorschlagenden Stelle(n) abhängig sein darf (dürfen).

7.3 Nachweis der fachlichen und organisatorischen Befähigung zur Wahrnehmung der Aufgaben einschließlich der finanziellen Leistungsfähigkeit der Stelle in Bezug auf den Umfang des Programms. Angaben zur Art und zur Mittelausstattung der betreffenden Partnerschaften.

#### **8 MITTELANSATZ<sup>2</sup>**

Bei Programmen für mehrere Länder müssen sich die vorschlagenden und die zuständigen Stellen untereinander abstimmen, um koordinierte Programme mit einer zusammenfassenden Mittelaufstellung nach Mitgliedstaaten und durchzuführenden Maßnahmen vorzulegen.

---

<sup>2</sup> Im Programm und im zusammenfassenden Gesamtmittelansatz, die in den Vertrag zur Durchführung des Programms aufgenommen werden, sind von der Kommission genehmigte etwaige Änderungen gegenüber dem ursprünglichen Vorschlag zu berücksichtigen.

## *Verlautbarung der AGRARMARKT AUSTRIA*

Nr. 21. Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarmarkterzeugnisse im Binnenmarkt gemäß der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 – Aufforderung zur Einreichung von Programmen; Bekanntgabe der Leitlinien gemäß der Verordnung (EG) Nr. 94/2002 i.d.g.F.

Der Mittelansatz (in Euro) muss nach Maßnahmen und Jahren detailliert und begründet sein. Für jede Maßnahme und jeden Posten sind die vorgesehenen Einheitskosten und Gesamtkosten anzugeben. Neben dem detaillierten Mittelansatz ist eine zusammenfassende Aufstellung der jährlichen Kosten und der Gesamtkosten für alle vorgesehenen Maßnahmenkategorien vorzunehmen. Der Mittelansatz muss dem Aufbau und der Reihenfolge der Maßnahmen in der Programmbeschreibung (Nr. 4.5) entsprechen. Besonders zu achten ist auf die von der EU nicht kofinanzierten Ausgaben (vgl. Anh. III des Mustervertrags).

Falls eine Werbeagentur herangezogen wird, ist eine Provision bis zu 13 % der Aufwendungen u.a. zur Deckung der Kosten für Personal, Konzeption und Durchführung sowie der Gemeinkosten zulässig. In diesem Fall können keine weiteren Gemeinkosten angesetzt werden (diese sind gemäß Anhang III Art. 3 des Mustervertrags auf insgesamt 2 % begrenzt).

Im Fall einer PR-Agentur gelten die Bestimmungen von Anhang III Art. 2, d.h. die Stundenkosten sind im Mittelansatz anzugeben.

Bei jeder betreffenden Maßnahme sind im Mittelansatz die Kosten der Maßnahme und die Provision (Werbeagentur – Anh. III Art. 3) bzw. die Personalkosten (PR-Agentur – Anh. III Art. 2) getrennt anzugeben.

### **MITTELANSATZ (€URO)**

Nr.	MAßNAHMEN	JAHR I	JAHR II	JAHR III	Insgesamt
1.	Maßnahme A				
1.1.	Kosten der Maßnahme				
1.2.	Provision				
2.	Maßnahme B				
2.1.	Kosten der Maßnahme				
2.2.	Personalkosten				
3.	Maßnahme C				
4.	...				
<b>INSGESAMT</b>					

## **9 FINANZIERUNGSPLAN**

Die Aufteilung des Mittelansatzes (Finanzierungsplan) zwischen der Europäischen Gemeinschaft, dem/den Mitgliedstaat(en) und der/den vorschlagenden Stelle(n) muss den Gemeinschaftsbestimmungen entsprechen (50% - 20% - 30%).

Bei einer Programmlaufzeit von 2 oder 3 Jahren beträgt die Kofinanzierung der Gemeinschaft 60 und 40% bzw. 60, 50 und 40% der jährlichen Gesamtkosten, wobei sie über die gesamte Laufzeit jedoch 50% der Gesamtkosten für die Maßnahmen nicht überschreiten darf.

## *Verlautbarung der AGRARMARKT AUSTRIA*

Nr. 21. Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarmarkterzeugnisse im Binnenmarkt gemäß der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 – Aufforderung zur Einreichung von Programmen; Bekanntgabe der Leitlinien gemäß der Verordnung (EG) Nr. 94/2002 i.d.g.F.

---

Bei Programmen für mehrere Länder ist der jeweilige Anteil der einzelnen Mitgliedstaaten an der Kofinanzierung von 20% anzugeben, der proportional zum Finanzierungsanteil der vorschlagenden Stelle(n) sein muss.

Falls der Gesamtbetrag der Kofinanzierung der Europäischen Gemeinschaft den Anteil von 50% überschreitet, ist diese für das letzte Jahr nach unten anzupassen und der Anteil der vorschlagenden Stelle(n) entsprechend anzuheben. Beispiel:

Kofinanzierung	Jahr I	%	Jahr II	%	Jahr III	%	Insgesamt	%
EG	372.388	60	276.853	50	150.135	35	799.376	50
MITGLIEDSTAAT	124.129	20	110.741	20	84.880	20	319.750	20
VORSCHLAGENDE STELLE	124.129	20	166.112	30	189.385	45	479.626	30
INSGESAMT	620.646	100	553.706	100	424.400	100	1.598.752	100

### **VERBINDLICHE ANLAGEN**

#### **1 Schriftliche Bestätigungen der finanziellen Verpflichtung der vorschlagenden Stelle(n) für die gesamte Dauer des Programms.**

Bestätigung der Verpflichtung der vorschlagenden Stelle(n) zur Beteiligung an der Kofinanzierung der Maßnahmen (30% der tatsächlichen Gesamtkosten).

Dieses Formular ist in der Marktordnungsstelle Agrarmarkt Austria bei der zuständigen Stelle zu beantragen.

Diese Verlautbarung ist auch auf der Webseite  
der Agrarmarkt Austria ([www.ama.at](http://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, Allg. Verwaltung  
Dresdner Straße 70  
Postfach 62  
A-1201 Wien

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

Hersteller:                                      Eigendruck