



KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN

Brüssel, den 22.12.2005
KOM(2006) 855 endgültig

**BERICHT DER KOMMISSION AN DEN RAT UND DAS EUROPÄISCHE
PARLAMENT**

**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**

{SEK(2006) 1785}

INHALTSVERZEICHNIS

1.	Einführung.....	3
2.	Durchführung der Absatzförderungs politik 2004–2006	3
2.1.	Haushaltsmittel und -ausgaben	4
2.2.	Im Zeitraum 2004-2006 für eine Kofinanzierung ausgewählte Programme	5
2.2.1.	Genehmigte und abgelehnte Programme	5
2.2.2.	Programme für Drittlandsmärkte	6
2.2.3.	Programme für den Binnenmarkt.....	7
2.2.4.	Mehrländerprogramme.....	8
2.3.	Von der GD AGRI direkt verwaltete Programme.....	9
2.3.1.	Von der Kommission gemäß Verordnung (EG) Nr. 2702/1999 direkt verwaltete Maßnahmen.....	9
2.3.2.	Absatzförderungskampagne für den ökologischen Landbau	9
2.3.3.	Untersuchungen zur Bewertung der Ergebnisse der Absatzförderungs- und Informationsmaßnahmen.....	10
3.	Von anderer Seite durchgeführte Absatzförderungsmassnahmen	10
4.	Standpunkt der Branchenverbände	11
5.	Schlussfolgerungen und zu treffende Massnahmen.....	11
5.1.	Allgemeine Schlussfolgerungen.....	11
5.2.	Maßnahmen.....	12
5.2.1.	Konsolidierung der Rechtsvorschriften.....	12
5.2.2.	Haushaltsplanung durch die antragstellenden Organisationen	12
5.2.3.	Ausgabenerklärung der Mitgliedstaaten	12
5.2.4.	Wahl der Durchführungsstelle	13
5.2.5.	Erstellung von Leitlinien.....	13

1. EINFÜHRUNG

Im Jahr 2004 legte die Kommission dem Europäischen Parlament und dem Rat einen Bericht über Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarerzeugnisse in Drittländern und im Binnenmarkt vor¹. Gemäß den Verordnungen ist die Kommission verpflichtet, zwei Jahre später einen zweiten Bericht vorzulegen².

Mit dem vorliegenden Bericht soll dieser Pflicht nachgekommen werden. Dieser Bericht deckt die Durchführung dieser beiden Verordnungen während des Zeitraums zwischen dem im Jahr 2003 erstellten (und 2004 vorgelegten) vorherigen Bericht und Juli 2006 ab (Referenzzeitraum). Darin werden sämtliche Beschlüsse und Entscheidungen der Kommission berücksichtigt, die während dieses Zeitraums, der insbesondere durch die Erweiterung der Europäischen Union von 15 auf 25 Mitglieder gekennzeichnet war, getroffen wurden. Im Bericht werden die Daten zur Absatzförderung von Agrarerzeugnissen während dieses Zeitraums analysiert und untersucht. In den Schlussfolgerungen werden Vorschläge unterbreitet, die zu einer Vereinfachung und Verbesserung der Funktionsweise der gegenwärtigen Absatzförderungsregelung beitragen sollen.

2. DURCHFÜHRUNG DER ABSATZFÖRDERUNGSPOLITIK 2004–2006

Die gemeinschaftliche Absatzförderungs politik verfolgt ein horizontales Konzept, d. h. sie umfasst mehrere Erzeugnissektoren und legt dabei besonderes Gewicht auf die allgemeinen Merkmale der Erzeugnisse und gemeinsame Themen wie Qualität, Lebensmittelsicherheit, Etikettierung und besondere Produktionsmethoden sowie Tierschutz und umweltgerechte Produktion usw. Diese Politik erhöht die Wirkung der einzelstaatlichen und privaten Initiativen, indem sie die von den Mitgliedstaaten und Privatunternehmen ergriffenen Absatzförderungsmaßnahmen verstärkt und fördert. Darüber hinaus zielt sie darauf ab, allen Mitgliedstaaten und ihren Branchen- und Dachverbänden die Möglichkeit zu bieten, Absatzförderungs- und Informationsmaßnahmen für ihre Erzeugnisse durchzuführen.

Unsere Handelspartner (wie die USA, Japan und Australien) haben die Bedeutung einer aktiven Absatzförderungs politik erkannt und bedienen sich gut dotierter, wirkungsvoller Absatzförderungsstrategien, um ihre Weltmarktanteile aufrecht zu erhalten und zu erhöhen. So stellt beispielsweise die amerikanische Regierung jährlich rund 145 Mio. USD für Exportförderprogramme bereit. Daher ist es von größter Bedeutung, dass auch die Europäische Union in der Exportförderung eine sichtbare und wirksame Rolle übernimmt.

¹ Bericht 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, KOM(2004) 233.

² Artikel 13 der Verordnung (EG) Nr. 2702/1999 des Rates (Drittländer) und Artikel 14 der Verordnung (EG) Nr. 2826/2006 des Rates (Binnenmarkt) in der durch Verordnung (EG) Nr. 2060/2004 geänderten Fassung.

2.1. Haushaltsmittel und -ausgaben

Tabelle 1 – EU-Haushaltsmittel für Absatzförderungsmaßnahmen

Mio. EUR

Bezeichnung	*)	Haushaltslinie	2007 ²⁾	2006	2005	2004
Absatzförderungsmaßnahmen: (ex B1-3800 und B1-3801)	BM	05 08 04) >=2004)				
	DL	05 02 10 01) >=2006)	38 000	42 000	48 500	48 500
Absatzförderungsmaßnahmen: (ex B1-3810 und B1-3811)	BM	05 08 05) >=2004)				
	DL	05 02 10 02) >=2006)	7 840	10 000	11 000	11 000
Absatzförderung insgesamt			45 840	52 000	59 500	59 500

Die obige Tabelle enthält eine Übersicht über die von der Haushaltsbehörde für Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarerzeugnisse bereitgestellten Mittel. Dabei ist ein kontinuierlicher Rückgang der bereitgestellten Mittel von 60 Mio. EUR im Jahr 2004 auf 52 Mio. EUR im Jahr 2006 festzustellen, was einem Rückgang um rund 15 % entspricht; für das Jahr 2007 wird ein weiterer Rückgang dieser Zahlen erwartet. Diese rückläufige Entwicklung ist durch eine „diachronische“ Schwäche dieses Sektors bei der Aufnahme der bereitgestellten Mittel zu erklären, die zu einer Nichtausschöpfung der Mittel in erheblicher Höhe führte (siehe auch Tabelle 2 unten). Diese Nichtausschöpfung der Mittel hatte zur Folge, dass zum Jahresende ein Teil der ursprünglich für diese Maßnahmen bereitgestellten Mittel anderen Ausgaben im Agrarbereich zugewiesen wurde.

Tabelle 2 – EU-Haushaltsausgaben für Absatzförderungsmaßnahmen

Mio. EUR

Bezeichnung (Zahlungs- ermächtigungen)	*)	Haushalts- linie	2007	2006	2005	2004
Absatzförderungs- maßnahmen: Zahlungen der Mitgliedstaaten (ex B1-3800 und B1-3801)	BM	05 08 04) >=2004)		26 000	26 145	22 118
	DL	05 02 10 01) >=2006)		6 000	4 085	5 119
				32 000	30 230 ³⁾	27 237
Absatzförderungs- maßnahmen: Direktzahlungen der Kommission (ex B1-3810 und B1-3811)	BM	(05 08 05) >=2004)				
	DL	05 02 10 02) >=2006)		5 000	2,349	2 568
Absatzförderung insgesamt				37 000 ²⁾	32 579	29 805
Ausführungsgrad in %				71,1%	54,8%	50,0%

²⁾Prognosen für das Ende des Haushaltsjahres auf der Grundlage der Ausführung zum 30.9.2006.

³⁾

Dieser Betrag enthält 773 Mio. EUR für frühere Absatzförderungsmaßnahmen.

Ursächliche Faktoren für diese Nichtausschöpfung der Mittel sind in erster Linie:

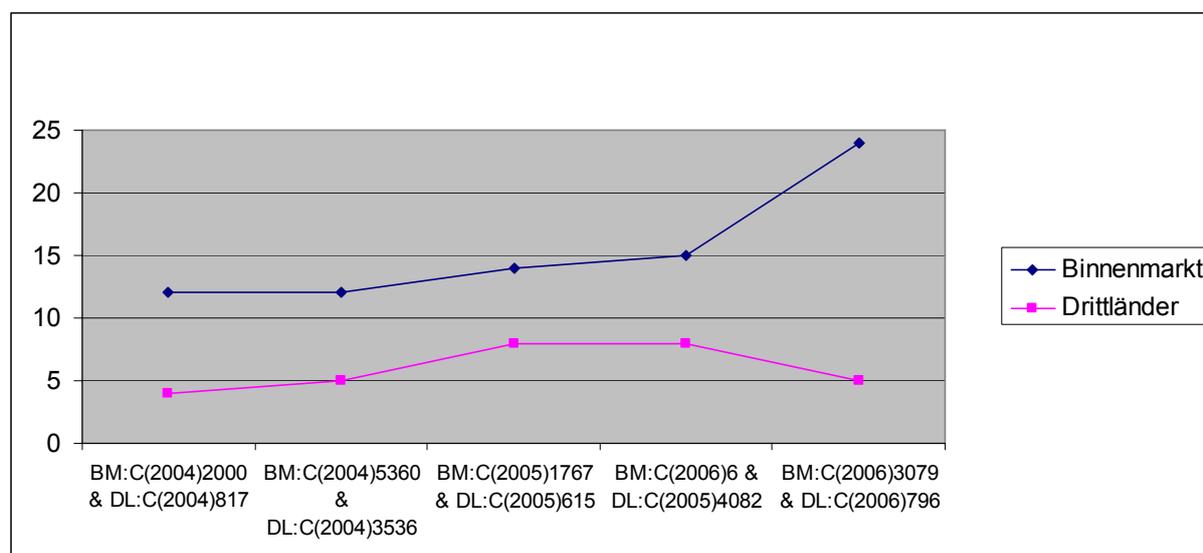
1. Verzögerung der von einigen Mitgliedstaaten vorgeschlagenen Projekte: Wenn beispielsweise die Unterzeichnung des Vertrags zwischen der antragstellenden Organisation und der Durchführungsstelle verschoben wird, werden die Ausgaben in späteren Haushaltsjahren getätigt;
2. Anträge auf Kostenerstattung, die seitens der Mitgliedstaaten verspätet eingereicht wurden;
3. eine in gewissem Maße unzulängliche Mittelausschöpfung der verabschiedeten Programme;
4. das Fehlen freiwilliger Beiträge zum IOOC bei Maßnahmen in direkter Verwaltung.

Vorschläge, mit denen die Nichtausschöpfung der Mittel überwunden werden kann sind in Teil 5 „Schlussfolgerungen und zu treffende Maßnahmen“ aufgeführt.

2.2. Im Zeitraum 2004-2006 für eine Kofinanzierung ausgewählte Programme

Im Bezugszeitraum war festzustellen, dass die Mitgliedstaaten zunehmendes Interesse an den Absatzförderungsprogrammen zeigten. Von nahezu sämtlichen Mitgliedstaaten wurden nach und nach Programme eingereicht; auch die neuen Mitgliedstaaten beteiligten sich ab dem Beitrittszeitpunkt aktiv an diesen Aktionen.

Tabelle 3 – Zahl der Mitgliedstaaten, die Vorschläge eingereicht haben, je Entscheidung



Es bleibt allerdings festzustellen, dass die neuen Mitgliedstaaten in erster Linie die Absatzförderung ihrer eigenen Agrarerzeugnisse auf dem Binnenmarkt der Europäischen Union – einem neuen, großen Markt, zu dem sie mit ihrem Beitritt Zugang erhielten – betrieben.

2.2.1. Genehmigte und abgelehnte Programme

Seit dem Jahr 2004 wurden für sämtliche Produkte zusammengenommen 174 Absatzförderungsprogramme genehmigt, davon 128 für den Binnenmarkt und 46 für

Drittländer (siehe Arbeitsdokument⁴). In absoluten Zahlen entspricht dies einer gewissen Zunahme gegenüber ersten Zeitraum, während dem 94 Binnenmarktprogramme bzw. 31 Drittländerprogramme genehmigt wurden (siehe Arbeitsdokument). Dieses Ergebnis erhält zusätzliche Aussagekraft dadurch, dass im Laufe der letzten Jahre die Auswahlkriterien zunehmend strenger angewandt wurden. Zudem unterstreichen diese Zahlen das unverändert hohe Interesse der Mitgliedstaaten an Programmen für den Binnenmarkt.

Die wichtigsten Gründe, aus denen Programme während des Bezugszeitraums abgelehnt wurden, sind: Fehlen einer ausreichend detaillierten Beschreibung durch die antragstellenden Organisationen und der hierin einbezogenen Maßnahmen sowie der entsprechenden Mittel, Werbung für eine bestimmte Handelsmarke oder mangelnde Repräsentativität für den Sektor.

Tabelle 4 – Bis Juli 2006 genehmigte und abgelehnte Programme

Entscheidung		Eingereichte Vorschläge	Genehmigte Programme		Abgelehnte Programme	
			Anzahl	Kofinanzierung	Anzahl	Kofinanzierung
Binnenmarkt						
C(2004) 2000	11/06/2004	30	26	10 721 161 €	4	832 985 €
C(2004) 5360	28/12/2004	34	20	24 068 756 €	14	11 075 424 €
C(2005) 1767	15/06/2005	32	26	26 130 535 €	6	7 357 163 €
C(2006) 6	12/01/2006	40	25	25 459 807 €	15	16 227 822 €
C(2006) 3079	7/07/2006	79	31	27 660 899 €	48	49 942 266 €
Insgesamt		215	128	114 041 158 €	87	85 435 660 €

Drittländer						
C(2004) 817	22/03/2004	6	5	3 016 781 €	1	632 502 €
C(2004) 3536	27/09/2004	10	8	5 027 325 €	2	1 868 550 €
C(2005) 615	14/03/2005	18	10	10 182 124 €	8	7 976 353 €
C(2005) 4082	21/10/2005	25	15	13 239 540 €	10	12 462 386 €
C(2006) 796	17/03/2006	12	8	8 186 583 €	4	4 203 229 €
Insgesamt		71	46	39 652 353 €	25	27 143 020 €

Um diese Tabelle, aber auch die statistischen Angaben in diesem Bericht richtig verstehen zu können, sei daran erinnert, dass die Kommission bis 2005 jedes Jahr zwei Entscheidungen zum Binnenmarkt und zwei zu Märkten in Drittländern annahm. Ab 2006 ist in den Vorschriften dahingehend eine Änderung eingetreten, dass sich die Zahl der Entscheidungen von 4 auf 2 pro Jahr verringerte.

2.2.2. Programme für Drittlandsmärkte

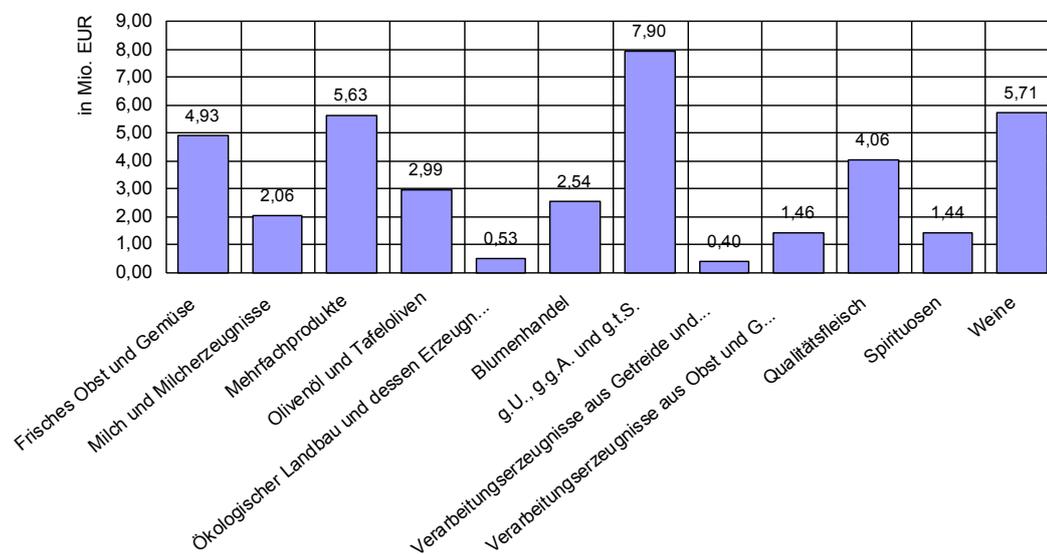
Auf diese Programme entfielen im Bezugszeitraum nur rund 25 % der Programmanschläge. Im Bereich der Kofinanzierung entfiel auf diese Programme rund ein Viertel der für die genehmigten Absatzförderungsprogramme bewilligten gemeinschaftlichen Mittel.

Unter den Zielländern liegt Nordamerika an der Spitze, gefolgt von Russland und Japan.

⁴ Die Verweise auf das Arbeitsdokument beziehen sich auf das Arbeitsdokument der Dienststelle der Kommission, das gemeinsam mit diesem Bericht vorgelegt wird.

Bei den auf Drittmärkten durch Absatzförderungsmaßnahmen geförderten Produkten liegen Qualitätserzeugnisse (g.U., g.g.A., g.t.S.) an der Spitze, gefolgt von Weinen und Spirituosen, Frischobst und –gemüse und Verarbeitungserzeugnissen aus Obst und Gemüse sowie Qualitätsfleisch. Das nachstehende Schaubild ist in diesem Zusammenhang besonders aussagefähig :

Tabelle 5 – EG-Anteil je Produkt – Drittländer



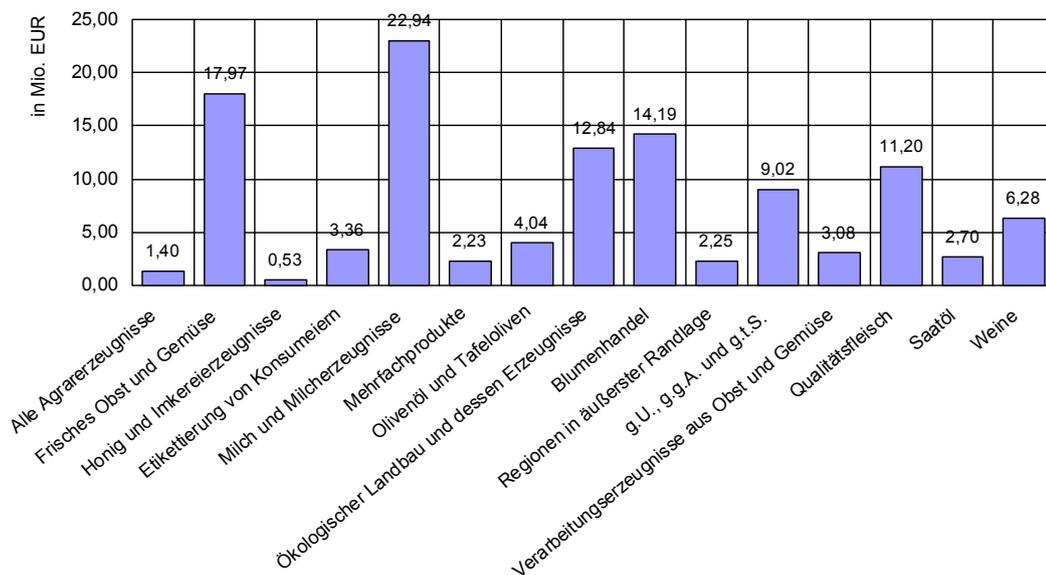
2.2.3. Programme für den Binnenmarkt

Die Zahl der Programme stieg von 64 im Jahr 2004 auf 72 im Jahr 2005 und 79 im Jahr 2006, was einer Zunahme von 23,4 % entspricht. Die Zahl der genehmigten Programme betrug 46 im Jahr 2004, 51 im Jahr 2005 und 31 im Jahr 2006. Dieser Rückgang ist nicht zuletzt auch auf die Anwendung strengerer Kriterien bei der Prüfung der Programmanträge zurückzuführen.

Aus dem unten stehenden Schaubild (siehe auch Arbeitsdokument) ist in diesem Zusammenhang abzulesen, dass sämtliche für Fördermaßnahmen in Betracht kommenden Produkte – mit Ausnahme von Faserlein – während des in diesem Bericht berücksichtigten Zeitraums in Absatzförderungsprogramme einbezogen wurden. Auf die Bereiche Milcherzeugnisse, Frischobst und –gemüse, Verarbeitungserzeugnisse aus Obst und Gemüse sowie Blumenhandel, ökologischer Landbau und Qualitätsfleisch entfielen die größten Anteile der bereitgestellten Mittel.

Die Zielländer der Binnenmarktprogramme sind aus den Tabellen im Anhang ersichtlich. Interessant ist dabei, dass zu Beginn der Absatzförderungsregelung in der Hälfte der Fälle das Zielland gleich dem Land ist, welches das Programm vorschlägt (siehe Arbeitsdokument), dass sich dieser Trend allerdings im Zeitraum 2004–2006 erheblich abschwächt.

Tabelle 6 – EG-Anteil je Produkt - Binnenmarkt



2.2.4. *Mehrländerprogramme*

Auffallend ist auch der relativ geringe Anteil der Mehrländerprogramme an der Gesamtzahl der Programmvorschlage, und zwar sowohl im Binnenmarkt als auch bei Drittländern:

Tabelle 7 – Anteil der Mehrländerprogramme an der Gesamtzahl der Programmvorschlage

Entscheidung		Programm- vorschläge	Vorgeschlagene Mehrlander- programme
Binnenmarkt			
C(2004) 2000	11/06/2004	30	0
C(2004) 5360	28/12/2004	34	2
C(2005) 1767	15/06/2005	32	2
C(2006) 6	12/01/2006	40	2
C(2006) 3079	7/07/2006	79	6
Insgesamt		215	12

Drittländer		Programm- vorschläge	Vorgeschlagene Mehrlander- programme
C(2004) 817	22/03/2004		
C(2004) 3536	27/09/2004	10	1
C(2005) 615	14/03/2005	18	5
C(2005) 4082	21/10/2005	25	1
C(2006) 796	17/03/2006	12	1
Insgesamt		71	9

2.3. Von der GD AGRI direkt verwaltete Programme

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

2.3.1. *Von der Kommission gemäß Verordnung (EG) Nr. 2702/1999 direkt verwaltete Maßnahmen*

1. Durchführung von Informationskampagnen in den USA und Kanada, in China und Japan zum Thema der Gemeinschaftsregelungen zu geschützten Ursprungsbezeichnungen (g.U.), geschützten geografischen Angaben (g.g.A.) und garantiert traditionellen Spezialitäten (g.t.S.) sowie zum ökologischen Landbau.

Jährliche Mittel: 2 Mio. € (1 Mio. € für Nordamerika und 1 Mio. € für Asien);

2. hochrangige Handelsdelegationen:

Im Jahr 2004 besuchte eine Handelsdelegation China unter der Leitung von Herrn Franz Fischler (zu diesem Zeitpunkt Kommissionsmitglied für Landwirtschaft und Fischerei).

Bereitgestellte Mittel: 0,8 Mio. €;

Im März 2007 ist der Besuch einer hochrangigen Handelsdelegation in Indien unter Leitung von Kommissionsmitglied Marianne Fischer Boel und in Begleitung von Wirtschaftsvertretern vorgesehen. Dieser sechstägige Besuch soll dem Brückenschlag zwischen der EU und Indien dienen und wird Besuche in Neu Delhi und Bombay umfassen; auch ein Stand der Europäischen Union auf der Agrarmesse Aahaar in Neu Delhi ist vorgesehen.

Bereitgestellte Mittel: 1,0 Mio. €.

2.3.2. *Absatzförderungskampagne für den ökologischen Landbau*

Gestützt auf Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 des Rates und im Nachgang zum europäischen Plan für ökologische Ernährung und ökologischen Landbau und Aktion 1 wurde von der Kommission eine Absatzförderungskampagne für diesen Bereich eingeleitet. Dieses Programm ist für einen Zeitraum von drei Jahren angelegt und mit Mitteln in Höhe von 3 Mio. EUR für den gesamten Zeitraum ausgestattet. Diese Kampagne wird parallel zu den einzelstaatlichen Programmen für diesen zunehmend expandierenden Bereich durchgeführt, die von der Europäischen Union kofinanziert werden, und soll diese Initiativen flankierend unterstützen.

Im Anschluss an eine Ausschreibung wurde hierzu mit einem auf diesen Bereich spezialisierten Unternehmen ein Rahmenvertrag für die Erstellung einer Webseite und eines „Toolkit“ mit verschiedenen Instrumenten für die Förderung des ökologischen Landbaus und zur Information über die im ökologischen Landbau erzeugten Produkte abgeschlossen. Weitere Informations-, Kommunikations- und Absatzförderungsmaßnahmen können nach Bedarf im Rahmen dieser Kampagne durchgeführt werden, ferner auch die zielgerichtete Absatzförderung bei den anvisierten Zielgruppen.

Eine Sachverständigengruppe, der Fachleute aus der Branche angehören, welche von der Kommission anhand von Vorschlägen der Mitgliedstaaten benannt wurden, berät die Kommission bei dieser Maßnahme.

2.3.3. Untersuchungen zur Bewertung der Ergebnisse der Absatzförderungs- und Informationsmaßnahmen

Die Bewertungsmaßnahmen dienen zur Überprüfung der Wirksamkeit der Programme, d. h. zur Kontrolle, ob die Ziele eingehalten wurden und ob die (finanziellen, rechtlichen, verwaltungstechnischen usw.) Mittel zur Erreichung der Ergebnisse zielgerichtet eingesetzt wurden. Außerdem werden damit Kohärenz, Relevanz und Nutzen der Programme sowie die Qualität der im Rahmen dieser Programme vorgesehenen Maßnahmen überprüft.

Die Artikel 8 der Verordnungen (EG) Nr. 2702/1999 und (EG) Nr. 2826/2000 des Rates bieten den Dienststellen der Kommission die Grundlage für die Durchführung von Bewertungen der kofinanzierten Programme.

Eine Bewertung der nach Verordnung (EG) Nr. 1358/2001 der Kommission kofinanzierten Kommunikationsprogramme, die sich auf besondere Kommunikationsmaßnahmen für den Rindfleischsektor erstrecken, wurde durch Ausschreibung im Jahr 2004 in Auftrag gegeben und 2005 abgeschlossen. Aus dieser Bewertung ergab sich, dass die kofinanzierten Programme mit den vorgegebenen Zielen und Leitlinien in Einklang standen. Hinsichtlich ihres Inhalts war allerdings nicht immer eine klare Informationspolitik zur Stützung des Vertrauens der Verbraucher gegeben, da eine gemeinsame Strategie für die kofinanzierten Programme fehlte. Da zudem Initiativen fehlen, mit denen die Wirkung der in den Programmen enthaltenen Maßnahmen zum Zeitpunkt ihrer Durchführung gemessen werden kann, war es extrem schwierig, die Wirksamkeit dieser Programme – zumal mehrere Jahre nach ihrer Durchführung – zu erfassen.

Für die kommenden Jahre und im Nachgang zu offenen Ausschreibungen unterzeichnete die Kommission zwei Rahmenverträge über die Durchführung von Bewertungen sowohl auf dem Binnenmarkt als auch in Drittländern, die sich jeweils über vier bis sechs Monate erstrecken und mit denen die Durchführung der Programme untersucht werden soll.

Die Mittelausstattung der beiden Rahmenverträge beträgt insgesamt 3 750 000 EUR.

3. VON ANDERER SEITE DURCHGEFÜHRTE ABSATZFÖRDERUNGSMASSNAHMEN

Es sei daran erinnert, dass neben den Maßnahmen, die nach den oben erwähnten gemeinschaftlichen Rechtsvorschriften kofinanziert werden und Gegenstand dieses Berichts sind, noch weitere Absatzförderungs- und Informationsmaßnahmen zu Agrarerzeugnissen im Rahmen anderer Bereiche der gemeinsamen Agrarpolitik durchgeführt wurden:

- sektorale Absatzförderungsmaßnahmen für Obst und Gemüse,
- sektorale Absatzförderungsmaßnahmen im Rahmen der gemeinsamen Marktorganisation für Wein (derzeit in Überarbeitung),
- Maßnahmen im Rahmen der Politik zu staatlichen Beihilfen,

- Maßnahmen im Rahmen der Politik der ländlichen Entwicklung, bei der das Spektrum der nach Verordnung (EG) Nr. 1257/1999⁵ vorgesehenen flankierenden Maßnahmen durch Verordnung (EG) Nr. 1783/2003 des Rates erweitert wurde⁶.

4. STANDPUNKT DER BRANCHENVERBÄNDE

Die Branchenverbände als Vertreter der Erzeuger wurden bei der Sitzung der beratenden Gruppe am 12. September 2006 über den Stand der Erstellung dieses Berichts informiert. Dabei brachten die Branchenverbände gegenüber den Dienststellen der Kommission folgende Anmerkungen zur Funktion dieser Regelung vor:

1. Sie legen Wert auf eine Vereinfachung der Regelung, insbesondere bei Mehrländerprogrammen;
2. sie bitten um eine bessere Definition der Möglichkeit, Marken in eine allgemeine Absatzförderung einzubeziehen;
3. sie legen nachdrücklich Wert auf die Vorlage von Leitlinien für die Formulierung ihrer Programme.

5. SCHLUSSFOLGERUNGEN UND ZU TREFFENDE MASSNAHMEN

5.1. Allgemeine Schlussfolgerungen

Vor dem Hintergrund der Ende 2004 und 2005 eingeführten Änderungen der Rechtsvorschriften ist es noch zu früh für eine abschließende Beurteilung der Ergebnisse der Absatzförderungsmaßnahmen, die seit Ende des durch den Vorläuferbericht abgedeckten Zeitraums eingeleitet wurden. Seit diesem ersten Bericht haben sich allerdings die Bedeutung und Wirksamkeit der Grundprinzipien der Absatzförderungsregelung bestätigt:

- das 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 (Europäische Union, Mitgliedstaaten und Branchenverbände) für alle in Betracht kommenden Sektoren, wobei die EU, die Mitgliedstaaten und die Branchenverbände in genau umrissenen Fällen zu gleichen Anteilen jeweils einen Teil der Finanzierung übernehmen;
- nachdrückliche Betonung des generischen Charakters der gemeinschaftlichen Absatzförderung, wobei sich die Maßnahmen in erster Linie auf Sektoren und Themen statt auf spezifische Erzeugnisse konzentrieren;

⁵ 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 (EAGFL) und zur Änderung bzw. Aufhebung bestimmter Verordnungen (ABl. L 160 vom 26.6.1999, S. 80).

⁶ Verordnung (EG) Nr. 1783/2003 des Rates vom 29. September 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) (ABl. L 270 vom 21.10.2003, S. 70).

- Rechtsvorschriften, auf deren Grundlage die Programmplanung der Maßnahmen in regelmäßigen Abständen erfolgen kann und nicht erst als Reaktion auf Krisensituationen Interventionen eingeleitet werden müssen.

Um in der Absatzförderungsregelung ergänzende Verbesserungen einfließen zu lassen, könnten die folgenden Aspekte geprüft werden:

- Die Branchenverbände und die Mitgliedstaaten zeigten großes Interesse an der Durchführung von Binnenmarktprogrammen. Ein Teil der eingereichten Vorschläge ist jedoch hauptsächlich von nationalem Interesse und bringt nur eine begrenzte Wertschöpfung auf europäischer Ebene mit sich. Daher sollte mehr Nachdruck auf die Ausarbeitung von Programmen von gemeinschaftsweitem Interesse und auf die Notwendigkeit gelegt werden, zwischen den einzelstaatlichen Verwaltungen eine bessere Abstimmung und gegenseitige Unterstützung herbeizuführen;
- weniger Interesse besteht seitens der Branchenverbände an der Absatzförderung in Drittländern;
- ein steigendes Interesse an Absatzförderungsmaßnahmen ist bei Branchenvertretern aus jenen landwirtschaftlichen Bereichen zu verzeichnen, die im Zuge der GAP reformiert wurden bzw. deren Reform derzeit im Gang ist.

5.2. Maßnahmen

Nach Ansicht der Kommission sollte die geltende Regelung für die Absatzförderungsmaßnahmen, die in den Verordnungen (EG) Nr. 2702/1999 und Nr. 2826/2000 des Rates festgelegt ist, mit ihren wichtigsten Merkmalen beibehalten werden. Um die Funktionsweise der Regelung in bestimmten Punkten zu verbessern, werden die folgenden Änderungen vorgeschlagen.

5.2.1. Konsolidierung der Rechtsvorschriften

Eine Vereinfachung der Rechtsvorschriften erscheint zweckmäßig:

- erstens die Umgestaltung der beiden Basisverordnungen des Rates zum Binnenmarkt und zu Drittländern zu einer einzigen Verordnung,
- zweitens die Umgestaltung der beiden Durchführungsverordnungen zum Binnenmarkt und zu Drittländern zu einer einzigen Verordnung.

5.2.2. Haushaltsplanung durch die antragstellenden Organisationen

Um die Einhaltung der Haushaltsverpflichtungen im Laufe des Jahres zu verbessern, sollte eine jährliche Planung der im Rahmen der einzelnen Haushaltsjahre vorgesehenen Ausgaben erfolgen (statt diese in „12-Monats-Zeiträumen“ anzugeben).

5.2.3. Ausgabenerklärung der Mitgliedstaaten

Um die Verwendung der Haushaltsmittel regelmäßig überwachen zu können, ist vorgesehen, dass die im Rahmen der Programme getätigten Ausgaben innerhalb einer Frist ausbezahlt und gemeldet werden müssen, die eine Einhaltung der für das betreffende Haushaltsjahr eingegangenen Verpflichtungen ermöglicht.

5.2.4. *Wahl der Durchführungsstelle*

Die Möglichkeit, die Durchführungsstelle nach Übermittlung des Programms durch die antragstellende Organisation an den Mitgliedstaat zu wählen, kann in Verbindung mit näheren Angaben, die eine sinnvolle Nutzung dieser Möglichkeit gewährleisten, beibehalten werden.

5.2.5. *Erstellung von Leitlinien*

Die Erstellung von klaren und zeitlich stabilen Leitlinien, die bei der Erarbeitung von zur Kofinanzierung vorgeschlagenen Absatzförderungsprogrammen zu beachten sind, soll Ungenauigkeiten und sonstige „Mängel“ bei der Formulierung der Programme minimieren. Diese Leitlinien, die derzeit erarbeitet werden, werden zweifellos zukünftig einen Beitrag zur optimalen Absatzförderung von Agrarerzeugnissen leisten.