

VERORDNUNG (EG) Nr. 1358/2001 DER KOMMISSION
vom 4. Juli 2001
mit spezifischen Maßnahmen für Informationsprogramme im Rindfleischsektor

DIE KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN —

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaften,

gestützt auf die Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 des Rates vom 19. Dezember 2000 über Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarerzeugnisse im Binnenmarkt ⁽¹⁾, insbesondere auf Artikel 12 und 16,

in Erwägung nachstehender Gründe:

- (1) Mit der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 sind die sektorspezifischen Regelungen harmonisiert und vereinfacht worden. Im Rindfleischsektor betreffen diese Regelungen nur die Werbung für Qualitätsrindfleisch und die Information über das Etikettierungssystem.
- (2) In der Zwischenzeit hat die BSE-Krise in mehreren Mitgliedstaaten zu einem dramatischen Einbruch des Rindfleischverbrauchs geführt. Um dieser ernststen Situation zu begegnen, müssen dringend spezifische Informationsmaßnahmen getroffen werden, mit dem Ziel, das Vertrauen der Verbraucher in dieses Erzeugnis wiederherzustellen.
- (3) Diese Maßnahmen weichen im Interesse ihrer Wirksamkeit von den geltenden Bestimmungen ab, indem sie den Anwendungsbereich erweitern und das Genehmigungsverfahren für die Programme sowie die Finanzierungsregeln anpassen. Damit gewährleisten sie den Übergang zu der mit der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 vorgesehenen Neuregelung.
- (4) In Anbetracht der Marktlage müssen die von den Berufs- und Branchenverbänden, unter Einschluss einiger oder aller Segmente der Produktionskette einschließlich der Verbraucherebene, vorgelegten Informationsprogramme zunächst aus einem Informationsteil bestehen, der darauf ausgerichtet ist, das Vertrauen der Verbraucher durch umfassende Aufklärung über die wichtigsten Elemente der gemeinschaftlichen und der einzelstaatlichen Rechtsvorschriften, insbesondere über die Lebensmittelsicherheit, wiederherzustellen. Programme, die einige oder alle Segmente der Produktionskette, einschließlich der Verbraucherebene, betreffen, werden bevorzugt.
- (5) Auf diesen ersten Teil kann später ein Absatzförderungsteil folgen. Diese Maßnahmen müssen den Ergebnissen der Bewertung der früheren Absatzförderungsmaßnahmen Rechnung tragen.
- (6) Um Wettbewerbsverzerrungen zu vermeiden, sind die Kriterien für die Verweise auf die Herkunft der unter diese Programme fallenden Erzeugnisse aufzustellen.
- (7) Das Verfahren für die Einreichung und Genehmigung der Programme sowie für die Wahl der Durchführungsstelle ist so festzulegen, dass ein größtmöglicher Wettbewerb gewährleistet ist.
- (8) Die Kriterien für die Bewertung der Programme durch die Mitgliedstaaten sind festzulegen.
- (9) Um die Kohärenz und Wirksamkeit der Programme zu gewährleisten, sind Leitlinien für die allgemeine Ausrichtung der wichtigsten Programmelemente aufzustellen.
- (10) Da auf dem Rindfleischmarkt immer wieder Störungen zu verzeichnen sind, ist der Kommission die Möglichkeit einzuräumen, die genehmigten Programme zu ändern, um auf eventuell auftretende Marktstörungen reagieren zu können.
- (11) Zur Ergänzung und Weiterentwicklung der von den Berufs- oder Branchenverbänden bzw. von der Kommission durchgeführten Maßnahmen sollten insbesondere in Mitgliedstaaten, in denen der Rindfleischsektor nicht gut organisiert ist, Informationsprogramme vorgelegt werden können, die vor allem die Veranstaltung von Konferenzen und Seminaren sowie die Einrichtung von Informationsnetzen umfassen. Es ist ebenfalls zweckmäßig, daß die Mitgliedstaaten die Kommission von Initiativen unterrichten, die auf nationaler Ebene ergriffen werden, um so die Koordinierung zwischen den Kommissionsdienststellen und den zuständigen Berufs- und Branchenverbänden hinsichtlich des Aufbaus von Informationsnetzen zu gewährleisten.
- (12) Die Finanzierungskriterien für die genannten Aktionen sind festzulegen. Die Gemeinschaft sollte grundsätzlich nur einen Teil der Kosten der Aktionen tragen, damit auch die betreffenden Einrichtungen und Mitgliedstaaten Verantwortung übernehmen. Die Auswertung der Ergebnisse der von den Einrichtungen vorgelegten Programme durch eine unabhängige Stelle sollte jedoch vollständig von der Gemeinschaft finanziert werden.
- (13) Verwaltung und Finanzmanagement der mit den vorschlagenden Einrichtungen geschlossenen Absatzförderungsverträge sind in der Verordnung (EG) Nr. 481/1999 der Kommission vom 4. März 1999 mit allgemeinen Bestimmungen für die Verwaltung der Verkaufsförderungsprogramme für landwirtschaftliche Erzeugnisse ⁽²⁾ geregelt. Diese Regeln gelten vorbehaltlich bestimmter Anpassungen auch für die in der vorliegenden Verordnung vorgesehenen Verträge.
- (14) Die finanziellen Beziehungen zwischen der Kommission und den Mitgliedstaaten, die Informationsmaßnahmen durchführen, sollten in einer entsprechenden Vereinbarung geregelt werden.

⁽¹⁾ ABl. L 328 vom 23.12.2000, S. 2.

⁽²⁾ ABl. L 57 vom 5.3.1999, S. 8.

(15) Die gemeinsame Sitzung der Verwaltungsausschüsse Werbung für landwirtschaftliche Erzeugnisse hat nicht innerhalb der ihm von seinem Vorsitzenden gesetzten Frist Stellung genommen —

HAT FOLGENDE VERORDNUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Die Gemeinschaft kann sich an der Finanzierung von Informationsprogrammen beteiligen, die ein kohärentes Paket von Informationsmaßnahmen für Rindfleisch umfassen und von repräsentativen Berufs- und Branchenverbänden vorgelegt werden.

Programmen, die alle oder mehrere Segmente des Rindfleischsektors abdecken, wird Vorrang eingeräumt.

Die Programme haben eine Laufzeit von zwölf Monaten.

Artikel 2

Die finanzielle Beteiligung der Gemeinschaft wird auf 60 % der tatsächlichen Kosten des Programms festgesetzt. Die restlichen 40 % sind von den Einrichtungen zu tragen, die die Programme vorschlagen.

Artikel 3

Die in den Programmen vorgesehenen Maßnahmen dürfen weder bestimmte Handelsmarken bevorzugen noch aufgrund seiner besonderen Herkunft zum Verbrauch eines Erzeugnisses auffordern.

Verweise auf die Herkunft der Erzeugnisse müssen hinter der Hauptaussage der Kampagne zurückstehen. Auf die Herkunft kann jedoch im Rahmen einer Maßnahme hingewiesen werden, wenn es sich um eine den gemeinschaftlichen Rechtsvorschriften entsprechende Bezeichnung oder um ein Merkmal eines typischen Erzeugnisses handelt, das zur Erläuterung der durchgeführten Maßnahmen erforderlich ist.

Artikel 4

Im Einklang mit den im Anhang genannten Leitlinien umfassen die in Artikel 1 genannten Programme einen Informationsteil, der die Verbreitung der wichtigsten Informationen über die gemeinschaftlichen und einzelstaatlichen Rechtsvorschriften in Bezug auf die Lebensmittelsicherheit sowie die ernährungsbezogenen Aspekte von Rindfleisch beinhaltet. Ein Absatzförderungsteil kann zu einem späteren Zeitpunkt ins Auge gefasst werden.

Artikel 5

(1) Die Programme werden bis spätestens 15. August 2001 bei der zuständigen Stelle des Mitgliedstaats eingereicht, in dem der für das vorgeschlagene Programm verantwortliche Verband seinen Sitz hat.

In den Programmen ist die Durchführungsstelle anzugeben, die von dem Verband, der das Programm vorgelegt hat, nach einem vom Mitgliedstaat überwachten Vergabeverfahren ausgewählt wurde.

Die zuständige Stelle prüft das Programm und leitet es, zusammen mit einer begründeten Stellungnahme, bis spätestens 10. September 2001 an die Kommission weiter.

(2) Die begründete Stellungnahme des Mitgliedstaats beinhaltet eine Prüfung der Programme anhand folgender Kriterien:

- a) Vorausanalyse, um festzustellen, ob die vorgeschlagenen Maßnahmen zur Erreichung der Programmziele geeignet sind und den im Anhang der vorliegenden Verordnung festgelegten Leitlinien entsprechen; diese Analyse muss eine Begründung der Mittelverteilung umfassen, um angesichts der realen Marktlage die Kohärenz und Wirksamkeit des Programms sicherzustellen;
- b) Einhaltung der gemeinschaftlichen und einzelstaatlichen Rechtsvorschriften;
- c) für jede Maßnahme Angabe der für das Informationsprogramm zuständigen Stelle;
- d) Qualität der vorgeschlagenen Maßnahmen, auch im Zusammenhang mit den Informationsmaßnahmen, die von der Kommission und von den Behörden der Mitgliedstaaten durchgeführt werden;
- e) voraussichtliche Auswirkungen der Maßnahmen in Form einer steigenden Nachfrage nach den betreffenden Erzeugnissen;
- f) Bewertung der Wirksamkeit und der Repräsentativität des oder der Berufs- oder Branchenverbände;
- g) Bewertung der technischen Möglichkeiten und der Effizienz der vorgeschlagenen Durchführungsstelle.

(3) Nachdem die Programme gegebenenfalls mit technischer Unterstützung bewertet wurden, werden sie von der Kommission nach dem Verfahren des Artikels 13 Absatz 2 der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 bis spätestens 20. Oktober 2001 genehmigt.

Artikel 6

(1) Der Berufs- oder Branchenverband, der das ausgewählte Programm vorgeschlagen hat, ist für dessen ordnungsgemäße Durchführung verantwortlich.

(2) Während der Durchführung der genehmigten Programme kann die Kommission nach Anhörung der betroffenen Verbände und nach entsprechender Information der betroffenen Mitgliedstaaten beschließen, die Programme zu ändern, um sie der aktuellen Marktlage anzupassen, ohne dass sich daraus jedoch zusätzliche finanzielle Verpflichtungen für die betroffenen Verbände ergeben.

Artikel 7

(1) Die Bestimmungen der Artikel 2 bis 5 und der Artikel 7 und 8 der Verordnung (EG) Nr. 481/1999 finden auf die in Artikel 1 genannten Programme Anwendung.

(2) Nach dem Verfahren der öffentlichen oder beschränkten Ausschreibung wählt die Kommission die Stelle(n) aus, die mit der Auswertung der Ergebnisse der durchgeführten Maßnahmen beauftragt werden.

(3) Die Maßnahmen gemäß Absatz 2 werden vollständig von der Kommission finanziert.

Artikel 8

Die Mitgliedstaaten teilen der Kommission sobald als möglich, auf jeden Fall jedoch vor dem 15. August 2001 mit, welche Initiativen auf nationaler Ebene zur Information der Verbraucher über die betreffenden Erzeugnisse ergriffen wurden. Die Kommission wird anschließend regelmäßig über jede neue Maßnahme informiert, die zu diesem Zweck getroffen wurde.

Artikel 9

(1) Die Mitgliedstaaten können der Kommission ein Programm mit Informationsmaßnahmen vorlegen, die darauf abzielen, die Maßnahmen der Kommission und die Maßnahmen gemäß Artikel 4 zu ergänzen und auszubauen, und dafür eine Gemeinschaftsfinanzierung in Höhe von 60 % der tatsächlichen Kosten der Maßnahmen beantragen. In dem Programm muss die gemeinschaftliche Dimension der Information zum Ausdruck kommen.

Die restlichen Programmkosten gehen zu Lasten der Mitgliedstaaten.

(2) Die Programme gemäß Absatz 1 können insbesondere folgendes umfassen:

- die Veranstaltung von Konferenzen und Seminaren über die Sicherheit und den Nährwert von Rindfleisch,
- die Einrichtung eines geeigneten Informationsnetzes, z. B. über das Internet oder in Form einer gebührenfreien Telefonnummer.

(3) Die Programme werden der Kommission bis spätestens 10. September 2001 vorgelegt.

Die Kommission entscheidet nach Unterrichtung der in Artikel 13 der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 genannten Verwaltungsausschüsse bis spätestens 20. Oktober 2001 über die ausgewählten Programme.

Artikel 10

Die gemäß Artikel 9 ausgewählten Programme sind Gegenstand einer Vereinbarung zwischen der Kommission und dem begünstigten Mitgliedstaat über die Rechte und Pflichten, die sich aus der Finanzierungsentscheidung der Kommission ergeben.

Artikel 11

Diese Verordnung tritt am Tag ihrer Veröffentlichung im *Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaften* in Kraft.

Sie gilt bis 31. Dezember 2002.

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

Brüssel, den 4. Juli 2001

Für die Kommission
Franz FISCHLER
Mitglied der Kommission

ANHANG

LEITLINIEN FÜR DAS INFORMATIONSPROGRAMM

I. ZIELE

Das Informationsprogramm zielt darauf ab, durch koordinierte Bemühungen in allen betroffenen Mitgliedstaaten das Verbrauchervertrauen in Rind- und Kalbfleisch wiederherzustellen. Das Programm muss flexibel sein. Ziele und Struktur sollen allen Mitgliedstaaten gemeinsam sein, doch die Kombination der verschiedenen Programmelemente und die Zeitplanung können je nach Lage von Mitgliedstaat zu Mitgliedstaat unterschiedlich gestaltet werden. Das Programm muss kohärent, jedoch nicht unbedingt einheitlich sein und den gesamten Rindfleischmarkt betreffen.

In jedem Mitgliedstaat ist die für das Programm verantwortliche Stelle festzulegen. Darüber hinaus ist eine Kontaktstelle vorzusehen.

Das Programm muss den Vorbehalten der Verbraucher Rechnung tragen und diese von der gesundheitlichen Unbedenklichkeit von Rind- und Kalbfleisch überzeugen.

Die Informationskampagne

Im Mittelpunkt dieser Kampagne steht die Wiederherstellung des Verbrauchervertrauens. Die Verbraucher müssen erfahren, dass es europäische und einzelstaatliche Sicherheitsvorschriften gibt (z. B. hinsichtlich der Herkunftssicherung und Kennzeichnung der Erzeugnisse), die auf allen Stufen der Erzeugung eine wirksame Kontrolle gewährleisten.

Die Kampagne wird auf drei Ebenen durchgeführt: Europäische Union, nationale Behörden und Privatsektor.

Die Angaben etwaiger nationaler oder privater Gütezeichen und deren Bedeutung ist zu erläutern.

Auf allen Unterlagen ist auf die entsprechende nationale Internet-Adresse oder die Website der Europäischen Union hinzuweisen.

II. HAUPTAUSSAGEN

- Rind- und Kalbfleisch sind kontrollierte Nahrungsmittel mit hohem Nährwert.
- Verschärfte Sicherheitsmaßnahmen und Kontrollen sind in Kraft.
- Die Fleischetiketten sollen den Verbraucher von der Sicherheit der Erzeugnisse überzeugen.
- Bei Bedarf können die Verbraucher jederzeit ausführlichere Informationen erhalten.

III. HAUPTZIELGRUPPEN

A) Einzelne Verbraucher:

- Hauptzielgruppe sind 25- bis 45-jährige Städterinnen mit Kindern. Diese Frauen bilden den Schwerpunkt der Lebensmittelkäufer.
- Eine zweite Zielgruppe sind unter 35 Jahre alte kaufkräftige Singles und Paare, die eine Vorliebe dafür haben, einfach zuzubereitende Erzeugnisse zu genießen.

B) Der institutionelle Markt: Schulen, Krankenhäuser, Catering-Firmen usw.

Darüber hinaus fungieren die Fachpresse und Verbraucherverbände als Meinungsmultiplikatoren.

IV. WICHTIGSTE INSTRUMENTE

- e-Tools (Internet),
 - Info-Telefon,
 - Medienkontakte (z. B. auf Verbraucherfragen spezialisierte Journalisten, wissenschaftliche und Fachpresse), Konferenzen, Fragestunden und Chats mit unabhängigen Sachverständigen für Lebensmittelsicherheit. Diese Veranstaltungen richten sich vorrangig an Händler, Verbrauchergruppen und Vertreter anderer institutioneller Einrichtungen,
 - Printmedien (z. B. Verbraucherzeitschriften, Regionalpresse, Flugblätter, Broschüren usw.),
 - Visuelle Medien, wie Plakatwerbung, POS-Werbung, Fernsehen,
 - Radio.
-