

VALSTYBĖS PAGALBA – AUSTRIJA

Valstybės pagalba Nr. SA. 15836 (2012/C) (ex NN 34/2000 ir NN 34A/2000) – „AMA“ rinkodaros priemonės

Kvietimas teikti pastabas pagal Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 108 straipsnio 2 dalį

(Tekstas svarbusEEE)

(2012/C 301/02)

2012 m. birželio 12 d. raštu, pateiktu originalo kalba po šios santraukos, Komisija pranešė Austrijos Respublikai apie savo sprendimą pradėti Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo (SESV) 108 straipsnio 2 dalyje nustatytą procedūrą dėl pirmiau minėtos priemonės.

Per vieną mėnesį nuo šios santraukos ir prie jos pridėto rašto paskelbimo dienos suinteresuotosios šalys gali pateikti pastabas apie priemonę, dėl kurios Komisija pradeda procedūrą, adresu:

European Commission
Directorate-General for Agriculture and Rural Development
Directorate M2
Building/Office L130 5/140
1049 Bruxelles/Brussel
BELGIQUE/BELGIË
Faksas 00 32 2 29 67672:

Šios pastabos bus perduotos Austrijos Respublikai. Pastabas teikianti suinteresuotoji šalis gali pateikti pagrįstą raštišką prašymą neatskleisti jos tapatybės.

I. PROCEDŪRA

Po to, kai 1999 m. rugsėjo 21 d. ir 1999 m. lapkričio 5 d. buvo gauti du skundai, 2000 m. vasario 5 d. Komisija laišku paprašė Austrijos valdžios institucijų pateikti tinkamos informacijos apie pagalbos priemones, susijusias su įmonės „Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH“ (toliau – „AMA Marketing“) rinkodaros veikla. Remdamasi gauta informacija 2000 m. birželio 19 d. Komisija laišku pranešė Austrijos valdžios institucijoms, kad susijusios priemonės užregistruotos Nr. NN 34/2000 kaip pagalba, apie kurią nebuvo pranešta.

Atsižvelgdama į 2004 m. kovo 8 d. Austrijos valdžios institucijų prašymą Komisija nusprendė suskaidyti bylą Nr. NN 34/2000. Registracijos numeris NN 34A/2000 suteiktas ženklinimo „AMA“ ekologiniu ženklu ir „AMA“ kokybės ženklu priemonių, taikomų nuo 2002 m. rugsėjo 26 d., vertinimui, o Nr. NN 34/2000 – ženklinimo „AMA“ ekologiniu ženklu ir „AMA“ kokybės ženklu taisyklių, taikytų iki 2002 m. rugsėjo 26 d., ir kitų „AMA“ rinkodaros priemonių vertinimui. Ši byla suskaidyta dėl 2002 m. rugsėjo 26 d. įsigaliojusių naujų „AMA“ vidaus taisyklių, atitinkančių naująsias Bendrijos taisykles, dėl „AMA“ ekologinio ženklo ir „AMA“ kokybės ženklo. 2004 m. birželio 30 d. sprendimu C(2004) 2037 dėl valstybės pagalbos Nr. NN 34A/2000 Komisija nusprendė, kad priemonė suderinama su bendrąja rinka.

2004 m. rugsėjo 17 d. šios bylos skundo pateikėjai Bendrajame Teisme užginčijo Komisijos sprendimą dėl bylos Nr. NN 34A/2000. Byla užregistruota numeriu T-375/04. Bendrasis

Teismas savo sprendime padarė išvadą, kad Komisija turėjo pradėti oficialią tyrimo procedūrą dėl pagrindinio „AMA“ akto ir „AMA“ vidaus taisyklių bei Austrijos valdžios institucijų patikinimo prieštaravimo, susijusio su ženklių prieinamumu ne Austrijoje pagamintiems produktams. Todėl Bendrasis Teismas panaikino Komisijos sprendimą. Austrijos Respublika pateikė apeliaciją dėl Bendrojo Teismo sprendimo. Apeliacija užregistruota numeriu C-47/10. 2011 m. spalio 27 d. sprendimu Teismas visapusiškai patvirtino Bendrojo Teismo sprendimą.

II. APRAŠYMAS

Pagalbos priemonių trukmė – 1995 m. sausio 1 d.–2008 m. gruodžio 31 d. Naudos gavėjai yra žemės ūkio produktų gamintojai, taip pat įmonės, kurių veikla susijusi su žemės ūkio produktų apdirbimu ir pardavimu. Pagrindinis teisės aktas dėl „AMA“ rinkodaros priemonių – „AMA“ aktas *Bundesgesetz über die Errichtung der Marktordnungsstelle „Agrarmarkt Austria“* (Federalinis įstatymas dėl rinkos reguliavimo agentūros „Agrarmarkt Austria“ įsteigimo) ⁽¹⁾.

Šią sistemą administruoja viešosios teisės institucija „AMA Marketing“, kuri netiekia prekių ir netiekia paslaugų. Austrijos žemės ūkio ir maisto pramonės įmonių mokamomis „AMA“ aktu nustatytais privalomosiomis įmokomis visiškai finansuojamos „AMA“ rinkodaros priemonės.

⁽¹⁾ Bundesgesetzblatt für die Republik Österreich (BGBl.) 376/1992.

Rinkodaros priemonės (reklama, kokybės draudimo sistemų ir kokybės kontrolės kūrimas, taip pat bendrojo pobūdžio skatinamosios priemonės, pvz., mugės, parodos, viešųjų ryšių renginiai) gali būti suskirstytos į šias pagalbos kategorijas: i) reklama, susijusi su kokybės ženklu ir ekologiniu ženklu, bendrosios rinkodaros priemonės ir reklamos priemonės už Austrijos ribų; ii) kokybiškų produktų pagalbos priemonės, susijusios su kokybės ir ekologiniu ženklu; ir iii) techninės paramos priemonės.

III. VERTINIMAS

Komisijos atliktas pradinis tyrimas parodė, kad SESV 107 straipsnio 1 dalyje nurodytos sąlygos *prima facie* įvykdytos. Būtent parafiskalinę rinkodaros priemonių finansavimą galima laikyti valstybiniais ištekliais.

Pagalbos atitiktis įvertinta remiantis SESV 107 straipsnio 3 dalies c punktu atsižvelgiant į taisyklės, galiojusias tuo metu, kai skirta pagalba.

1995–2001 m. reklamai skirta pagalba įvertinta atsižvelgiant į Komisijos komunikatą dėl valstybės dalyvavimo skatinant žemės ūkio ir žuvininkystės produktų pardavimą⁽²⁾ ir nacionalinės pagalbos programos skatinant žemės ūkio produktų ir tam tikrų produktų, išskyrus žuvininkystės produktus, neįtrauktų į EB sutarties II priedą (dabar – I priedas), pardavimą⁽³⁾. Po 2002 m. sausio 1 d. reklamai skirta pagalba įvertinta atsižvelgiant į Bendrijos gaires, taikomas valstybės pagalbai, skirtai žemės ūkio produktų, įtrauktų į EB sutarties I priedą ir tam tikrų produktų, neįtrauktų į I priedą, reklamai⁽⁴⁾, o iki 2007 m. sausio 1 d. – atsižvelgiant į Bendrijos gairių dėl žemės ūkio ir miškininkystės sektoriaus valstybės pagalbos 2007–2013 m.⁽⁵⁾ (gairės) VI skyriaus D poskyrį. 1995–1999 m. techninės pagalbos ir kokybės palaikymo priemonių atitiktis įvertinta atsižvelgiant į plačiai paplitusią Komisijos praktiką. 2000–2006 m. taikyti Bendrijos gairių dėl valstybės pagalbos žemės ūkio sektoriui⁽⁶⁾ (senosios gairės) 13 ir 14 punktai, o nuo 2007 m. – gairių IV skyriaus J ir K poskyriai.

Išankstiniame vertinime, susijusiame su pirmiau minėtomis priemonėmis, Komisija išreiškia abejones dėl to, ar „AMA“ rinkodaros priemonės būtų suderinamos su vidaus rinka.

Dėl pagalbos reklamai 1995–2001 m. Komisijai kyla konkrečių abejonių, susijusių su galimu SESV 34 straipsnio pažeidimu,

kadangi neatrodo, kad „AMA“ kokybės ženklo nacionalinės kilmės nuoroda yra papildoma. Be to, atrodo, kad kokybės ir ekologiniai ženklai buvo prieinami tik nacionaliniams produktams. Taip pat atrodo, kad kai kuriose bendro pobūdžio reklamos kampanijose nurodoma produkto kilmė ir konkrečios įmonės. Kalbant apie reklamą 2002–2006 m., turi būti išaiškintas „AMA“ akto, pagal kurį sistema taikoma tik nacionaliniams produktams, ir „AMA“ vidaus taisyklių bei Austrijos valdžios institucijų patikinimo, kad ši sistema prieinama produktams iš kitų valstybių narių, prieštaravimas. Austrijos valdžios institucijos skatinamos pateikti reikiamą informaciją dėl pagalbos reklamai 2007–2008 m., kad būtų įrodyta, kad reklamos priemonės pakeistos siekiant įgyvendinti pakeistas gairių nuostatas.

Toks pat reikalavimas taikomas pagalbai, susijusiai su kokybiškais produktais ir techninės paramos priemonėmis, susijusioms su kokybės ir ekologiniais ženklais, suteiktais po 2007 m. Be to, Komisija, atsižvelgdama į šias priemones, ragina Austrijos valdžios institucijas įrodyti, kad 2000–2001 m. laikytasi senųjų gairių 13 ir 14 punkto sąlygų. Austrijos valdžios institucijos taip pat turėtų įrodyti, kad pirmiau nurodytos sąlygos, susijusios su generinių produktų techninės paramos priemonėmis, įgyvendintos 2000–2004 m.

Šiuo tyrimo etapu Komisija neturi visos reikiamos informacijos apie parafiskalinę priemonių finansavimą ir negali įvertinti, ar mokestis sudaro neatsiejamą priemonių dalį ir ar jis neprieštarauja bendro žemės ūkio sektoriaus rinkos organizavimo tikslui. Be to, Austrijos valdžios institucijos raginamos pateikti reikiamos informacijos, susijusios su nediskriminavimo reikavimu tarp importuotų ir eksportuotų produktų ir tarp nacionalinių produktų 1995–2001 m. Atrodo, kad 2002–2008 m. mokestis taikytas tik vietiniams produktams, todėl juo negalėjo būti diskriminuojami importuoti produktai. Eksportuojamų produktų diskriminacijos klausimu Austrijos valdžios institucijos turėtų pateikti konkrečių įrodymų, kad pagrįstų patikinimus, kad eksportuojamiems produktams mokestis bus toks pat naudingas kaip ir nacionaliniams produktams.

Pagal Tarybos reglamento (EB) Nr. 659/1999 14 straipsnį bet kokia neteisėtai suteikta pagalba gali būti iš gavėjo susigrąžinta. Be to, išlaidos nacionalinėms priemonėms, kurios daro tiesioginį poveikį Sąjungos priemonėms, gali būti laikomos netinkamomis finansuoti iš EŽŪGF biudžeto.

⁽²⁾ OL C 272, 1986 10 28, p. 3.

⁽³⁾ OL C 302, 1987 11 12, p. 6.

⁽⁴⁾ OL 2001 C 252, 2001 9 12, p. 5.

⁽⁵⁾ OL C 319, 2006 12 27, p. 1.

⁽⁶⁾ OL C 28, 2000 2 1, p. 2.

RAŠTO TEKSTAS

„die Kommission beehrt sich, der Republik Österreich mitzuteilen, dass sie nach Prüfung der von Ihren Behörden vorgelegten Informationen beschlossen hat, bezüglich der vorgenannten Maßnahmen das Verfahren nach Artikel 108 Absatz 2 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union (AEUV) ⁽⁷⁾ einzuleiten.

1. VERFAHREN

- (1) Mit Urteil vom 27. Oktober 2011 ⁽⁸⁾ hat der Gerichtshof der Europäischen Union (nachstehend: Gerichtshof) das Urteil des Gerichts erster Instanz ⁽⁹⁾ (nunmehr: Gericht) bestätigt, mit dem die Entscheidung K(2004) 2037 der Kommission vom 30. Juni 2004 in der Beihilfesache NN 34A/2000 „Qualitätsprogramme und das AMA-Biozeichen (nachstehend: Biozeichen) und das AMA-Gütesiegel (nachstehend: Gütesiegel)“ annulliert wurde.
- (2) Infolge des Urteils des Gerichtshofs muss die Kommission nun einen neuen Beschluss annehmen.
- (3) Das Urteil bildet den Abschluss eines Verfahrens, dessen wichtigste Phasen nachstehend zusammengefasst sind.

1.1. Verfahren vor der Kommission

1.1.1. Einleitung des Verfahrens – Beschwerden

- (4) Nach Eingang je einer Beschwerde am 21.9.1999 und am 5.11.1999, eingetragen am 23.9.1999 bzw. am 20.1.2000, forderte die Kommission mit Schreiben vom 15.2.2000 die österreichischen Behörden zur Übermittlung sachdienlicher Informationen über die mit den Marketingaktivitäten der Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH (AMA-Marketing), einer Tochtergesellschaft der Agrarmarkt Austria (AMA), im Zusammenhang stehenden Beihilfemaßnahmen auf.
- (5) Die österreichischen Behörden übermittelten die angeforderten Informationen mit Schreiben vom 20.3.2000, eingetragen am 21.3.2000.
- (6) Mit Schreiben vom 4.4.2000, eingetragen am 7.4.2000, übermittelte der zweite Beschwerdeführer zusätzliche Informationen.
- (7) Zusätzliche Informationen des zweiten Beschwerdeführers wurden mit Schreiben vom 18.5.2000 und vom 30.5.2001, eingetragen am 26.5.2000 bzw. am 6.6.2001, übermittelt. Eine dritte Beschwerde zu demselben Thema ging am 22.1.2003 bei der Kommission ein.

⁽⁷⁾ Mit Wirkung vom 1. Dezember 2009 sind an die Stelle der Artikel 87 und 88 EG-Vertrag die Artikel 107 und 108 AEUV getreten. Die Artikel 87 und 88 EG-Vertrag und die Artikel 107 und 108 AEUV sind im Wesentlichen identisch. Im Rahmen dieses Beschlusses sind Bezugnahmen auf die Artikel 107 und 108 AEUV gegebenenfalls als Bezugnahmen auf die Artikel 87 und 88 EG-Vertrag zu verstehen.

⁽⁸⁾ Rechtssache C-47/10 Republik Österreich gegen Scheucher-Fleisch GmbH und andere, noch nicht veröffentlicht.

⁽⁹⁾ Rechtssache T-375/04 Scheucher-Fleisch GmbH und andere gegen Kommission der Europäischen Gemeinschaften, (2008) Slg. II-04155.

1.1.2. Nicht angemeldete Beihilfe NN 34/2000 und verwaltungstechnische Aufspaltung

- (8) Auf der Grundlage der eingegangenen Informationen setzte die Kommission mit Schreiben vom 19.6.2000 die österreichischen Behörden darüber in Kenntnis, dass die betreffenden Maßnahmen als nicht angemeldete Beihilfe Nr. NN 34/2000 eingetragen wurden, und ersuchte die österreichischen Behörden um die Übermittlung weiterer Informationen. Die österreichischen Behörden übermittelten mit Schreiben vom 29.9.2000, eingetragen an demselben Tag, und mit Schreiben vom 16.10.2000, eingetragen am 17.10.2000, weitere Informationen. Mit Schreiben vom 15.10.2001 wurden zusätzliche Auskünfte verlangt; die österreichischen Behörden antworteten hierauf mit Schreiben vom 7.11.2001. Mit Schreiben vom 19.12.2002 übermittelten die österreichischen Behörden zusätzliche Auskünfte und unterrichteten die Kommission über die geänderten AMA-Richtlinien über die Werbung für Erzeugnisse mit dem AMA-Gütesiegel und dem AMA-Biozeichen, die am 26.9.2002 in Kraft getreten sind.
- (9) Mit diesem Schreiben, das das betreffende Anmeldeformular umfasste, meldeten die österreichischen Behörden ihrer Auffassung nach die im Rahmen der neuen Richtlinien angewendeten Maßnahmen zum AMA-Gütesiegel und AMA-Biozeichen an. Das Schreiben kann jedoch nicht als Anmeldung einer neuen Beihilfe gelten, weil die geänderten AMA-Richtlinien bereits am 26.9.2002 in Kraft getreten und vor Genehmigung der Beihilfemaßnahmen, die sich auf sie gründeten, durchgeführt worden sind. ⁽¹⁰⁾
- (10) Auf Antrag der österreichischen Behörden vom 8.3.2004, eingegangen am selben Tag, beschloss die Kommission, den Fall NN 34/2000 aufzuspalten. Die Registriernummer NN 34A/2000 wurde der Prüfung der nach dem 26.9.2002 geltenden Vorschriften für das AMA-Biozeichen und das AMA-Gütesiegel gegeben, während NN 34/2000 die vor dem 26.9.2002 geltenden Regeln für das AMA-Biozeichen und das AMA-Gütesiegel sowie die sonstigen Marketingmaßnahmen der AMA betrifft.
- (11) Am 16. März 2004 wurde aus internen verwaltungstechnischen Gründen ein neues Dossier NN 34B/2000 für die vor dem 26. September 2002 durchgeführten Maßnahmen eröffnet. Die Kommission stellt fest, dass dieser Fall keine Auswirkungen auf den Inhalt des vorliegenden Verfahrens hat.
- (12) Der Grund für die erste Aufspaltung des Falles bestand darin, dass am 26.9.2002 neue AMA-Richtlinien für das AMA-Biozeichen und das AMA-Gütesiegel in Kraft getreten sind, wie die österreichischen Behörden der Kommission mit Schreiben vom 8.3.2004 mitgeteilt haben. Mit den neuen Regeln wurden ein neues Design für die Siegel

⁽¹⁰⁾ Die seit dem 26.9.2002 im Rahmen der geänderten Richtlinien angewendeten AMA-Maßnahmen für das Gütesiegel und das Biozeichen sind am 30.6.2004 mit der Entscheidung der Kommission im Fall NN 34A/2000 (zur Beihilferegelung NN 34A/2000, siehe die folgenden Nummern (10) bis (15)) genehmigt worden.

eingeführt und neue Qualitätsnormen für die Erzeugnisse festgesetzt, die eines dieser Siegel tragen. Aus den Erläuterungen der österreichischen Behörden und der eingehenden Prüfung der neuen Siegel und Qualitätsnormen ging hervor, dass diese verabschiedet wurden, um den neuen Gemeinschaftsvorschriften zu entsprechen. Außerdem enthielt die Neufassung der AMA-Richtlinien keine Bedingungen für den Ursprung der Erzeugnisse, während sich der Basisrechtsakt für die AMA, das AMA-Gesetz, immer noch nur auf inländische Erzeugnisse bezog. In diesem Zusammenhang verpflichteten sich die österreichischen Behörden in einem Schreiben vom 19.12.2002, eingetragen am 23.12.2002, zur nachfolgenden Anpassung des AMA-Gesetzes, die im Juli 2007 stattfand. Österreich hat auch bestätigt, dass die AMA-Siegel für alle Erzeugnisse unabhängig von ihrem Ursprung zur Verfügung stehen. Aus den vorgenannten Gründen vertrat die Kommission die Ansicht, dass die nicht angemeldete Beihilferegelung NN 34/2000 am 26.9.2002 wesentlich geändert wurde, um sie mit den Vorschriften für die staatlichen Beihilfen in Einklang zu bringen, und daher eine getrennte Beurteilung der Regelung nach diesem Zeitpunkt gerechtfertigt war.

1.1.3. Nicht angemeldete Beihilfe NN 34A/2000 nach der Aufspaltung

- (13) Zu dem Fall NN 34A/2000 haben die österreichischen Behörden mit Schreiben vom 2.4.2004 (eingetragen am 5.4.2004), 19.4.2004, 29.4.2004, 4.5.2004, 7.5.2004, 13.5.2004, 9.6.2004, 16.6.2004 und 24.6.2004, jeweils am Tag ihres Eintreffens eingetragen, zusätzliche Auskünfte übermittelt.
- (14) Mit der Entscheidung K(2004) 2037 vom 30. Juni 2004 über die staatliche Beihilfe NN 34A/2000 hat die Kommission beschlossen, keine Einwände gegen die Maßnahme zu erheben und sie als mit dem Gemeinsamen Markt im Sinne von Artikel 87 Absatz 3 Buchstabe c EG-Vertrag (nunmehr Artikel 107 Absatz 3 Buchstabe c AEUV) vereinbar zu erachten, da sie mit den in den Nummern 13 und 14 des Gemeinschaftsrahmens für staatliche Beihilfen im Agrarsektor⁽¹¹⁾ (nachstehend: „alter Gemeinschaftsrahmen“) genannten Bedingungen und den Gemeinschaftsleitlinien für staatliche Beihilfen zur Werbung für in Anhang I des EG-Vertrags genannte Erzeugnisse und bestimmte nicht in Anhang I genannte Erzeugnisse⁽¹²⁾ (nachstehend: „Werbeleitlinien“) im Einklang steht. Gemäß der Beihilferegelung NN 34A/2000 liefen alle Maßnahmen des Gütesiegels und die Qualitätssicherungsmaßnahmen des Biozeichens am 31.12.2008 ab, während die Werbemaßnahmen des Biozeichens am 31.3.2006 endeten.
- (15) Der Entscheidung zufolge wurden alle von der AMA und der AMA-Marketing vor dem 26.9.2002 durchgeführten Maßnahmen, die weiterhin zum Fall NN 34/2000 gehören, ausdrücklich von der Prüfung des Falls NN 34A/2000 ausgeschlossen. In diesen Zusammenhang ist jedoch nicht deutlich, wann mit der Anwendung der neuen AMA-Richtlinien begonnen wurde, d.h. ob die Bei-

hilfemaßnahmen bereits ab dem 26.9.2002, dem Zeitpunkt, an dem die neuen Richtlinien in Kraft traten, auf der Grundlage der neuen Richtlinien gewährt wurden, oder ob es eine Übergangszeit nach dem 26.9.2002 gab, während der die Beihilfen weiterhin gemäß den alten Vorschriften gewährt wurden.

1.1.4. Anmeldung der generischen AMA-Marketingmaßnahmen, der Marketingmaßnahmen außerhalb Österreichs und der Marktforschung - N 239/2004

- (16) Am 28.5.2004 haben die österreichischen Behörden die Marketingmaßnahmen der AMA angemeldet, die generische Marketingmaßnahmen, Marketingmaßnahmen außerhalb Österreichs und Marktforschung umfassen. Die unter der Nummer N 239/2004 registrierte Beihilferegelung wurde mit der Entscheidung K(2004) 3945 der Kommission vom 20.10.2004 genehmigt. Mit der Entscheidung K(2010) 377 vom 21.1.2010 genehmigte die Kommission unter der Nummer N 496/2009 eine Verlängerung der vorgenannten Beihilferegelung bis zum 31.12.2013.

1.1.5. Verlängerung von NN 34A/2000

- (17) Mit Schreiben vom 15.3.2006, am selben Tag eingetragen, haben die österreichischen Behörden eine Verlängerung der Maßnahmen betreffend das Biozeichen bis zum 31.12.2010⁽¹³⁾ angemeldet. Die geänderte Regelung N 175/2006 wurde mit der Entscheidung K(2006) 2281 der Kommission vom 2.6.2006 genehmigt. Mit Schreiben vom 19.11.2008 hat die Republik Österreich eine Verlängerung der Beihilfemaßnahme NN 34A/2000 für das Gütesiegel und das Biozeichen, die bis zum 31.12.2008 befristet war, bis zum 31.12.2013 angemeldet. Die angemeldete Beihilfe, die unter der Nummer N 589/2008 registriert und mit der Entscheidung K(2009) 1092 der Kommission vom 25.2.2009 genehmigt wurde, ersetzt gleichzeitig die Beihilfemaßnahme N 175/2006.
- (18) Es ist darauf hinzuweisen, dass der vorliegende Beschluss nicht die vorgenannten Beihilferegelungen N 175/2006, N 589/2008, N 239/2004 und N 496/2009 betrifft. Gegenstand des vorliegenden Beschlusses sind die nicht angemeldeten Marketingmaßnahmen der AMA im Rahmen der Beihilferegelung NN 34/2000 und die Maßnahmen der AMA im Rahmen der annullierten Entscheidung NN 34A/2000 der Kommission.
- (19) Das letzte Tätigwerden der Kommission im Verfahren NN 34/2000 bestand in der Antwort vom 14.2.2007 auf ein Schreiben des ersten Beschwerdeführers vom 7.2.2006, eingetragen am 8.2.2006.
- (20) Die Kommission nimmt mit Bedauern zur Kenntnis, dass Österreich die fraglichen Maßnahmen bereits durchgeführt hat.

⁽¹¹⁾ ABl. C 28 vom 1.2.2000, S. 2.

⁽¹²⁾ ABl. C 252 vom 12.9.2001, S. 5.

⁽¹³⁾ Im Rahmen der Beihilferegelung NN 34A/2000 waren die Biozeichen-Werbemaßnahmen auf den 31.3.2006 und die Biozeichen-Qualitätssicherungsmaßnahmen auf den 31.12.2008 befristet (siehe vorstehende Nummer (14)).

1.2. Verfahren vor dem Gericht und dem Gerichtshof

1.2.1. Verfahren vor dem Gericht – Rechtssache T-375/04

- (21) Die Entscheidung der Kommission im Verfahren NN 34A/2000 wurde von den Beschwerdeführern im selben Verfahren am 17.9.2004 beim Gericht angefochten. Die Rechtssache wurde unter der Nummer T-375/04 registriert. In seinem Urteil ist das Gericht zu dem Schluss gelangt, dass die Kommission das förmliche Prüfverfahren hätte eröffnen sollen, weil ein Widerspruch besteht zwischen i) dem Wortlaut des AMA-Gesetzes von 1992, demzufolge die Regelung nach Auffassung des Gerichts auf einheimische Erzeugnisse beschränkt ist, und ii) den AMA-Richtlinien und den Zusicherungen der österreichischen Behörden, denen zufolge die Regelung auch Erzeugnissen aus anderen Mitgliedstaaten offen steht. Das Gericht stellte fest, dass dieser Widerspruch ausreicht, um ernsthafte Zweifel an der Vereinbarkeit der Regelung mit dem Gemeinsamen Markt entstehen zu lassen. Das Gericht gelangte daher zu dem Schluss (Randnummer 86 des Urteils), dass die Kommission das Verfahren gemäß dem vormaligen Artikel 88 Absatz 2 EG-Vertrag (nunmehr Artikel 108 Absatz 2 AEUV) hätte einleiten sollen. Aus diesem Grund hat das Gericht die Entscheidung der Kommission annulliert.

1.2.2. Verfahren vor dem Gerichtshof – Rechtssache C-47/10

- (22) Die Republik Österreich hat am 27. Januar 2010 Berufung gegen das vorgenannte Urteil des Gerichts eingelegt. Die Berufung wurde als Rechtssache C-47/10 registriert. In seinem Urteil vom 27.10.2011 wies der Gerichtshof die von der Republik Österreich eingelegte Berufung zurück und hat das Urteil des Gerichts ohne Einschränkung bestätigt.
- (23) Infolge des Urteils des Gerichtshofs muss die Kommission bezüglich des Falls NN 34A/2000 das förmliche Prüfverfahren gemäß Artikel 108 Absatz 2 AEUV einleiten. In Anbetracht der Begründung des Urteils möchte die Kommission die österreichischen Behörden und die Beteiligten mit dem vorliegenden Eröffnungsbeschluss zur Stellungnahme auffordern, um die Zweifel betreffend den vorgenannten Widerspruch auszuräumen.

2. BESCHREIBUNG DER BEIHILFEMASSNAHMEN

2.1. Titel

- (24) AMA-Marketingmaßnahmen

2.2. Laufzeit

- (25) Das AMA-Gesetz, mit dem die AMA gegründet wurde, ist 1992 in Kraft getreten. Gemäß den Auskünften, die die österreichischen Behörden mit Schreiben vom 4.7.1997, eingetragen am 7.7.1997, übermittelt haben, gibt es die Marketingmaßnahmen seit 1994, d.h. es gab sie schon vor dem 1.1.1995, dem Zeitpunkt des Beitritts Österreichs zur Europäischen Union. Die AMA-Maßnahmen wurden von den österreichischen Behörden jedoch

nicht gemäß Artikel 143 bzw. 144 der Akte über den Beitritt der Republik Österreich⁽¹⁴⁾ mitgeteilt.

- (26) Mit Schreiben vom 7.2.1997 hat die Kommission Österreich im Rahmen des OECD-Überwachungsberichts mitgeteilt, dass die AMA-Fördermaßnahmen gegebenenfalls staatliche Beihilfen darstellen, und die österreichischen Behörden somit aufgefordert, alle Auskünfte zu übermitteln, die erforderlich sind, um diese Maßnahmen im Rahmen der geltenden Regeln für staatliche Beihilfen zu beurteilen, und das Anmeldeformular auszufüllen. Mit Schreiben vom 23.6.1997 haben die österreichischen Behörden die erbetenen Auskünfte und das ausgefüllte Anmeldeformular übermittelt, worauf die Kommission nicht innerhalb einer Zweimonatsfrist reagiert hat.
- (27) Hinsichtlich des Enddatums der Durchführung muss auch zwischen den verschiedenen Marketingtätigkeiten der AMA unterschieden werden.
- (28) Die Kommission stellt in diesem Zusammenhang fest, dass sie mit der Entscheidung vom 20.10.2004 unter der Nummer N 239/2004 die folgenden Marketingmaßnahmen der AMA genehmigt hat: generische Marketingmaßnahmen (Werbung und PR-Aktivitäten), Marketingmaßnahmen außerhalb Österreichs und Marktforschung. Die Beziehung dieser staatlichen Beihilfemaßnahmen zu den AMA-Marketingmaßnahmen im Fall NN 34/2000 ist nicht deutlich. Derzeit scheint aus den verfügbaren Angaben hervorzugehen, dass sich die Maßnahmen der Beihilferegulation N 239/2004 auf einen Teil der AMA-Maßnahmen im Rahmen von NN 34/2000 beziehen, die nach einer wesentlichen Änderung der Maßnahmen zur Einhaltung der geltenden Vorschriften als N 239/2004 angemeldet wurden. Die folgende Beschreibung der Tatsachen und die Bewertung stützen sich auf die vorstehende Annahme. Als Alternative könnte davon ausgegangen werden, dass sich die Regelung N 239/2004 auf vollständig neue AMA-Maßnahmen bezieht, die nicht unter das Verfahren NN 34/2000 fielen.
- (29) Auf der Grundlage der obigen Erwägungen kann gefolgert werden, dass das Enddatum der Beihilfegewährung für das AMA-Biozeichen und -Gütesiegel der 31.12.2008 war, ausgenommen für die Werbemaßnahmen für das Biozeichen, die am 31.12.2006 abgelaufen waren (siehe vorstehende Nummern (14), (17) und (18)). Bei den anderen AMA-Marketingmaßnahmen könnte man davon ausgehen, dass sie bis zum 22.4.2004 galten, dem Datum, an dem die Entscheidung N 239/2004 genehmigt wurde (siehe vorstehendes Kapitel 1.1.4 und vorstehende Nummer (28)).
- (30) Die Kommission stellt außerdem fest, dass eine von der AMA verwaltete Maßnahme für eine Rindfleischwerbekampagne angemeldet und mit Schreiben vom

⁽¹⁴⁾ Akte über die Bedingungen des Beitritts des Königreichs Norwegen, der Republik Österreich, der Republik Finnland und des Königreichs Schweden und die Anpassungen der die Europäische Union begründenden Verträge, ABl. C 241 vom 29.8.1994, S. 21; angepasst in ABl. L 1 vom 1.1.1995, S. 1.

15.12.1998 unter der Nummer N 570/1998 genehmigt wurde. Die Laufzeit dieser Beihilfe war auf zwei Jahre beschränkt. Der Kommission ist nicht bekannt, dass es während des betreffenden Zeitraums außer den Maßnahmen N 570/1998, NN 34A/2000 und N 239/2004 andere genehmigte Beihilfemaßnahmen im Zusammenhang mit den AMA-Marketingmaßnahmen gegeben hat.

2.3. Beihilfebeträg

- (31) Gemäß den Angaben in den detaillierten Abrechnungen für die Jahre 1995-1999⁽¹⁵⁾ wurden die folgenden Beträge für die AMA-Marketingtätigkeiten aufgewendet:

1995: 13 084 204,72 EUR

1996: 16 241 658,38 EUR

1997: 15 306 219,65 EUR

1998: 18 217 604,15 EUR

1999: 18 158 485,48 EUR

- (32) Die österreichischen Behörden werden gebeten, die vorstehenden Zahlen zu bestätigen und eine Aufschlüsselung der Finanzmittel pro Jahr für jede Beihilfekategorie (Werbemaßnahmen für Gütesiegel und Biozeichen, generische Werbung, Werbung außerhalb Österreichs, Qualitätsmaßnahmen sowie technische Hilfe betreffend die beiden Siegel und generische Erzeugnisse) vorzulegen.
- (33) Für das Biozeichen und das Gütesiegel gibt es keine Angaben über die Jahre 2000-2001 und für die anderen Marketingmaßnahmen keine Angaben über die Jahre 1999 bis 2004. Daher sollten die österreichischen Behörden die jeweiligen Beihilfebeträge sowie eine Aufschlüsselung pro Maßnahme gemäß dem vorstehenden Absatz vorlegen.
- (34) Außerdem werden die österreichischen Behörden gebeten, die jeweiligen Beihilfebeträge für die Maßnahmen betreffend das Biozeichen und das Gütesiegel im Zeitraum 2002-2008 mitzuteilen.

2.4. Begünstigte

- (35) Aus den verfügbaren Angaben geht hervor, dass es sich bei den Begünstigten der Marketingmaßnahmen um landwirtschaftliche Erzeuger sowie um Unternehmen handelt, die im Sektor der Verarbeitung und Vermarktung von landwirtschaftlichen Erzeugnissen tätig sind, einschließlich der Lebensmittelindustrie.

2.5. Rechtsgrundlage

- (36) Der Basisrechtsakt für alle AMA-Marketingmaßnahmen ist das AMA-Gesetz - *Bundesgesetz über die Errichtung der Marktordnungsstelle „Agrarmarkt Austria“*⁽¹⁶⁾.

⁽¹⁵⁾ Diese Berichte wurden als Anlage zum Schreiben der österreichischen Behörden vom 16.10.2000 übermittelt, mit dem sie die Bitte der Kommission um ergänzende Auskünfte vom 19.6.2000 beantworteten.

⁽¹⁶⁾ Bundesgesetzblatt für die Republik Österreich (BGBl.) 376/1992.

- (37) Hinsichtlich der Maßnahmen betreffend das AMA-Biozeichen und -Gütesiegel sollten die österreichischen Behörden alle Durchführungsrechtsakte (Richtlinien, Verordnungen usw., einschl. AMA-Richtlinien und weitere interne Regeln, siehe Nummer (20)) die für das Gütesiegel und das Biozeichen gelten, sowie die jeweiligen Marketingmaßnahmen mitteilen. Auch die Rechtsakte betreffend alle anderen AMA-Marketingmaßnahmen sollten angegeben werden.

- (38) In diesem Zusammenhang werden die österreichischen Behörden gebeten, den Volltext aller Fassungen des AMA-Gesetzes und der anderen Rechtsvorschriften, die während des Zeitraums der Beihilfegewährung galten, unter Angabe der Änderung, des Datums und des Inkrafttretens der Änderung mitzuteilen.

2.6. Die AMA Marketing und die Finanzierung der Maßnahme durch parafiskalische Abgaben

- (39) Die AMA ist eine öffentlich-rechtliche Körperschaft, die im Jahr 1992 durch das AMA-Gesetz gegründet wurde und vom Staat kontrolliert wird. Die Regelung wird von der AMA-Marketing verwaltet, einer 100 %igen Tochtergesellschaft der AMA.
- (40) In dem Fall NN 34A/2000 haben die österreichischen Behörden die folgenden Auskünfte über die Situation und die Tätigkeiten der AMA mitgeteilt:
- (41) Den österreichischen Behörden zufolge vermarkten die AMA und die AMA-Marketing keine Waren oder Dienstleistungen. Die AMA-Marketing überwacht die Verwendung des Gütesiegels und des Biozeichens, plant und koordiniert Absatzförderungsmaßnahmen (Werbung, Messen, Ausstellungen, PR-Veranstaltungen und ähnliches), erstellt Informationsmaterial zu den Qualitätsprogrammen sowie den Siegeln und vergibt Forschungsaufträge zu verschiedenen mit der Qualität der landwirtschaftlichen Erzeugung im Zusammenhang stehenden Themen.
- (42) Die AMA-Marketing führt keine Werbekampagnen oder Produktkontrollen durch. Stattdessen wählt sie gemäß nationalen Rechtsvorschriften zur Umsetzung der Richtlinie 92/50/EWG des Rates⁽¹⁷⁾ Unternehmen aus, die mit der Durchführung solcher Kampagnen bzw. Kontrollen beauftragt werden.
- (43) Die österreichischen Unternehmen der Land- und Ernährungswirtschaft sind durch das AMA-Gesetz zur Entrichtung von Abgaben verpflichtet, die der 100 %igen Finanzierung dieser Maßnahmen dienen. Die AMA und die AMA-Marketing selbst werden auch aus diesen Abgaben finanziert.
- (44) Gemäß dem AMA-Gesetz ist in folgenden Fällen eine Abgabe zu entrichten:

— Übernahme von Milch zur Be-/Verarbeitung,

⁽¹⁷⁾ Richtlinie 92/50/EWG des Rates vom 18. Juni 1992 über die Koordinierung der Verfahren zur Vergabe öffentlicher Dienstleistungsaufträge, ABl. L 209 vom 24.7.1992, S. 1.

- Vermahlung von Getreide,
- Schlachtung von ausgewachsenen Rindern, Kälbern, Schweinen, Lämmern, Schafen und Schlachtgeflügel,
- Haltung von Legehennen zur Erzeugung von Hühnereiern,
- Erzeugung von Gemüse und Obst,
- Erzeugung von Kartoffeln (ausgenommen Kartoffeln zur Stärke- und Alkoholerzeugung),
- Erzeugung oder Kultivierung von Gartenbauerzeugnissen,
- Bewirtschaftung von Weingartenflächen,
- erstmaliges Inverkehrbringen von Wein.

(45) Auch die Höhe der Beiträge ist im AMA-Gesetz festgelegt.

(46) Im Jahr 2003 wurden folgende Abgaben in Höhe von insgesamt 13 529 199,62 EUR erhoben:

Milch	7 754 833,88
Ausgewachsene Rinder	1 141 663,81
Schweine	1 976 514,84
Kälber	31 926,33
Schafe und Lämmer	34 046,38
Schlachtgeflügel	405 925,74
Legehennen	427 690,62
Obst	769 823,87
Gemüse	408 448,99
Kartoffeln	243 896,60
Gartenbauerzeugnisse	334 428,56

(47) Es gibt keine diesbezüglichen Angaben für den Anwendungszeitraum der Beihilferegelung NN 34/2000. Die österreichischen Behörden werden daher gebeten, diese Angaben zu übermitteln und dabei deutlich auf etwaige Unterschiede zum Zeitraum 2002-2008 hinzuweisen.

(48) Angaben der österreichischen Behörden zufolge hatten die vorgenannten Abgaben für den Zeitraum 2002-2008 keine diskriminierende Wirkung im Sinne von Artikel 90 EG-Vertrag (nunmehr Artikel 110 AEUV). Sie

führen insbesondere an, dass es keine Anzeichen dafür gebe, dass die außerhalb Österreichs vermarkteten Erzeugnisse österreichischen Ursprungs von der Maßnahme nicht im gleichen Ausmaß profitieren könnten wie die in Österreich vermarkteten Erzeugnisse.

(49) Gemäß § 21c Absatz 2 des AMA-Gesetzes sind Waren, die nicht aus Österreich stammen, von diesen Abgaben befreit.

2.7. AMA-Marketingmaßnahmen

(50) Mit Schreiben vom 16.10.2000 übermittelten die österreichischen Behörden im Rahmen des Verfahrens NN 34/2000 Jahresberichte für die Jahre 1995, 1996, 1997, 1998 und 1999, in denen alle AMA-Marketingmaßnahmen aufgeführt sind.

(51) Hinsichtlich des Gütesiegels und des Biozeichens übermittelten die österreichischen Behörden eine detaillierte Beschreibung der einschlägigen Beihilferegelung NN 34A/2000.

(52) Auf der Grundlage dieser Auskünfte kann davon ausgegangen werden, dass die Marketingtätigkeiten unter folgenden Beihilfekategorien zusammengefasst werden können: i) Werbung, einschließlich der Werbung für das Gütesiegel und das Biozeichen, generische Marketingmaßnahmen und Werbemaßnahmen außerhalb Österreichs; ii) Beihilfe für Qualitätserzeugnisse hinsichtlich des Gütesiegels und des Biozeichens und iii) Maßnahmen zur technischen Hilfe. Eine detaillierte Beschreibung der Maßnahmen pro Beihilfekategorie folgt in den Abschnitten 2.7.1, 2.7.2 und 2.7.3.

(53) Da die übermittelten Auskünfte einige Jahre alt und nicht vollständig sind, steht es den österreichischen Behörden frei, ihre Bemerkungen zu den nachstehend beschriebenen Maßnahmen zu übermitteln, wenn sie der Ansicht sind, dass die Beschreibung die AMA-Marketingmaßnahmen nicht vollständig wiedergibt und/oder die Maßnahmen nicht ordnungsgemäß in den verschiedenen Beihilfekategorien zusammengefasst wurden.

(54) Sollte die nachstehende Beschreibung der Maßnahmen außerdem einige AMA-Tätigkeiten nicht enthalten, so werden Sie gebeten, sie anzugeben und die erforderlichen Angaben für ihre ordnungsgemäße Bewertung zu übermitteln.

2.7.1. Werbung

2.7.1.1. Werbemaßnahmen betreffend das Gütesiegel und das Biozeichen

Gütesiegel und Biozeichen

(55) Gemäß den von den österreichischen Behörden übermittelten Angaben im Zusammenhang mit der Beihilferegelung NN 34A/2000 ist die Angabe des Ursprungs beim

Biozeichen freiwillig. Das Gütesiegel muss immer eine Ursprungsbezeichnung aufweisen. Die Ursprungsbezeichnung und die Gestaltung des zweiten Felds des Gütesiegels (ein Feld, das durch seine farbliche Gestaltung und/oder durch Symbole auf den Ursprung des Erzeugnisses hinweist) hängen vom Mitgliedstaat oder der Erzeugungsregion ab.

- (56) Den Beschwerdeführern zufolge stehen die Siegel und die bezuschussten Maßnahmen nur österreichischen Erzeugern zur Verfügung. In diesem Zusammenhang behaupten sie, dass gemäß § 21a Absatz 1 des AMA-Gesetzes von 1992 nur österreichische Erzeugnisse in den Genuss der bezuschussten Werbemaßnahmen kämen.

- (57) In diesem Zusammenhang haben die österreichischen Behörden mit Schreiben vom 19.12.2002 erklärt, dass das AMA-Gütesiegel und das AMA-Biozeichen für alle Erzeugnisse unabhängig von ihrem Ursprung zur Ver-

fügung stehen. Mit Schreiben vom 5.3.2004 haben die österreichischen Behörden die für die Verleihung dieser Siegel geltenden neuen Richtlinien übermittelt, die von der AMA-Marketing ausgefertigt und vom Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft (BMLFUW) genehmigt wurden. Diesen Vorschriften zufolge könnten die Siegel für alle Erzeugnisse aus Österreich oder anderen Mitgliedstaaten gewährt werden, die die Güteanforderungen erfüllen. Außerdem waren die österreichischen Behörden für die spätere Anpassung des AMA-Gesetzes von 1992 verantwortlich, das per Gesetz mit Wirkung vom Juli 2007 geändert wurde. Seit diesem Zeitpunkt enthält § 21a Absatz 1 des AMA-Gesetzes nicht mehr das Wort ‚inländisch‘⁽¹⁸⁾.

- (58) Den Auskünften zur Beihilferegelung NN 34A/2000 zufolge sehen die Zeichen nach Angaben der österreichischen Behörden wie folgt aus:



- (59) Aus den der Kommission für den Zeitraum 1995-2001 vorgelegten Beispielen scheint hervorzugehen, dass das Biozeichen genauso aussah wie im Zeitraum nach 2002, während das Gütesiegel bis 1999 anders aussah: im mittleren Feld stand nicht ‚AMA Gütesiegel‘, sondern in derselben Größe das Wort ‚Austria‘ an zentraler, d.h. visuell dominierender Stelle des Siegels.
- (60) Außerdem ist der Ursprung des Erzeugnisses in zahlreichen der Kommission vorliegenden Werbebeispielen aus diesem Zeitraum nicht nur auf dem Gütesiegel, sondern auch an anderer Stelle im Werbematerial aufgeführt (so steht zum Beispiel in der Werbung für Joghurt mit dem AMA-Gütesiegel der folgende Text: ‚Joghurt aus Österreich‘)⁽¹⁹⁾.
- (61) Den Auskünften zur Beihilferegelung NN 34A/2000 zufolge wurden das Biozeichen und das Gütesiegel nur Erzeugnissen verliehen, die bestimmte Qualitätskriterien in Bezug auf die Produktionsmethoden, die Produktmerkmale und, in bestimmten Fällen, die Anforderungen im Hinblick auf die geografische Herkunft eines Erzeugnisses erfüllen. Es gab keine Einschränkungen hinsichtlich des Ursprungs von Futtermitteln.
- (62) Die österreichischen Behörden haben zugesichert, dass die Vorschriften der Richtlinie 2000/13/EG⁽²⁰⁾ in der bezuschussten Werbung eingehalten werden würden.
- (63) Das Biozeichen wurde nur ökologischen Erzeugnissen verliehen, die die Kriterien der Verordnung (EWG) Nr. 2092/91 des Rates⁽²¹⁾ erfüllen.

⁽¹⁸⁾ BGBl. Teil I, Nr. 55/2007.

⁽¹⁹⁾ Dieses Werbebeispiel steht auf S. 10 des AMA-Tätigkeitsberichts 1999.

⁽²⁰⁾ Richtlinie 2000/13/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. März 2000 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Etikettierung und Aufmachung von Lebensmitteln sowie die Werbung hierfür, ABl. L 109 vom 6.5.2000, S. 29.

⁽²¹⁾ Verordnung (EWG) Nr. 2092/91 des Rates vom 24. Juni 1991 über den ökologischen Landbau und die entsprechende Kennzeichnung der landwirtschaftlichen Erzeugnisse und Lebensmittel, ABl. L 198 vom 22.7.1991, S. 1.

- (64) Das Gütesiegel darf nur Erzeugnissen verliehen werden, die die Qualitätskriterien nach Artikel 24a Buchstabe b der Verordnung (EG) Nr. 1257/1999⁽²²⁾ in der Fassung der Verordnung (EG) Nr. 1783/2003⁽²³⁾ erfüllen. Die Erzeugnisse, die die mit der Gütesiegnutzung verbundenen Qualitätskriterien erfüllen, entsprechen den folgenden höheren Normen:

Erzeugnis	Kriterium
Rindfleisch	pH-Wert: pH ₃₆ frühestens 36 h nach der Tötung. Grenzwert: < 5,80.
Schweinefleisch	PSE-Schweinefleisch: pH-Wert: pH ₁ frühestens 30 min nach der Tötung. Grenzwert: min. 6,00.
	Ausschließlich Fleisch der Handelsklasse S und E zulässig.
	DFD-Schweinefleisch: pH-Wert: pH ₁₂ frühestens 12 h nach der Tötung. Grenzwert: max. 5,80.
Putenfleisch	Bakteriologische Anforderungen: vor Zerlegung: Gesamtkeimzahl max. L 50 000 KbE/cm ² und Enterobacteriaceae max. L 500 KbE/cm ² , nach Zerlegung: Gesamtkeimzahl max. L 100 000 KbE/cm ² und Enterobacteriaceae max. L 1 000 KbE/cm ² .
Eier	Nur Boden- oder Freilandhaltung.
	Teilnahme an einem Salmonellenvermeidungs- und -kontrollprogramm.
Milch und Milcherzeugnisse	Gehalt an Lipopolysacchariden ≤ 400 EU/ml.
	Nur 1. Güteklasse von 4 bestehenden Klassen.
	Im mikrobiologischen Toleranzbereich stellen die niedrigeren Grenzwerte (nach der österreichischen <i>Milchhygieneverordnung</i>) die oberen Grenzwerte für Gütesiegel-Erzeugnisse dar. Wenn, zum Beispiel, laut Gesetz ein Toleranzbereich von 1-3 festgesetzt ist, sind bei Gütesiegel-Erzeugnissen Werte bis höchstens 1 zulässig.
	Zahl der Hefen und Schimmelpilze in fermentierten Milcherzeugnissen: ≤ 10/ml, in Butter: ≤ 100/g, in Frischkäse: ≤ 1 000/g.
Honig	Wassergehalt max. 19 %, HMF-Gehalt ≤ 20 ppm.
Getreide, Getreideerzeugnisse	Weizen: HL- Gewicht 80 kg, Klebergehalt 30 %, Proteingehalt 14 %, Sedimentationswert 50 Eh, Fallzahlen 250 Sek.; Roggen HL- Gewicht 72 kg, Amylogramm 500 AE; Braugerste: Proteingehalt max. 12 %, Vollgerstenanteil 90 %.
Ölpflanzen und Speiseöle	Säurezahl (SZ) 0,2 mg / kg.
	Peroxidzahl (POZ) (frische Proben) 1,5.

⁽²²⁾ 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 für die Landwirtschaft (EAGFL) und zur Änderung bzw. Aufhebung bestimmter Verordnungen, ABl. L 160 vom 26.6.1999, S. 80.

⁽²³⁾ 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 27 vom 21.10.2003, S. 70.

Erzeugnis	Kriterium
Speiseeis	Nur Rohmilch der höchsten Qualitätsklasse (S) von drei Qualitätsklassen.
	Keimzahl $\leq 50\,000$ (Toleranzbereich + 30 000).
	Alle zulässigen mikrobiologischen Höchstwerte niedriger als die in der österreichischen <i>Speiseisverordnung</i> festgelegten Werte.
Obst, Gemüse und Speisekartoffeln	Verwendung von Pflanzenschutzmitteln nur gemäß der Positivliste der integrierten Produktion: Bei den Gütesiegelerzeugnissen sind z. B. nur ca. 160 der ca. 300 im österreichischen <i>Pflanzenschutzmittelgesetz</i> genannten Pflanzenschutzchemikalien zulässig.
	Bei der Stickstoffdüngung von Kartoffeln nur 100 kg reiner N/Hektar zulässig (gute landwirtschaftliche Praxis in Österreich: 175 kg.)
	Kein Stallmist zulässig.
	Keine Düngung ohne vorherige Bodenanalyse oder über Nährstoffstufe C (optimale Nährstoffversorgung) hinaus.

(65) Als die im Siegel angegebene Ursprungsregion gilt die Region, in der die Be- oder Verarbeitung des Erzeugnisses erfolgte und aus der die wertbestimmenden Rohstoffe stammen. Ein Drittel dieser Rohstoffe kann aus anderen Regionen stammen, sofern sie nicht in der Ursprungsregion angebaut oder erworben werden können.

(66) Die für die Erzeugung von Frischeiern bestimmten Legehennen müssen aus der betreffenden Region stammen und dort aufgefüttert worden sein. Die für die Erzeugung von Putenfleisch bestimmten Tiere müssen aus der betreffenden Region stammen. Die für die Erzeugung von Rind-, Schweine- und Lammfleisch bestimmten Tiere müssen aus der betreffenden Region stammen.

(67) Es gibt keine Angaben über die Bedingungen für die Verleihung der Siegel während des Zeitraums vor der Eröffnung des Falls NN 34A/2000.

Förderfähige Kosten

(68) Hinsichtlich des Gütesiegels kann auf der Grundlage der Angaben in den Jahresberichten 1995-1999 und betreffend die Beihilferegulation NN 34A/2000 gefolgert werden, dass Kosten für Werbekampagnen gefördert wurden, die auf die Steigerung des Qualitätsbewusstseins der Verbraucher und die Werbung für das Gütesiegel ausgerichtet sind. Das Ziel ist die Imagebildung für das Gütesiegel, damit es als Orientierungshilfe beim Einkauf dienen kann.

(69) Hinsichtlich des Biozeichens wurden Werbekampagnen gefördert, die der Aufklärung der Verbraucher über die das Biozeichen tragenden Erzeugnisse und die mit der Zeichennutzung verbundenen Qualitätsanforderungen sowie über den ökologischen Landbau als Ganzes dienen.

(70) Die Kampagnen umfassten Anzeigen in gedruckten und elektronischen Medien sowie am Verkaufsort und bei anderen öffentlichen Veranstaltungen, Informationsstände mit Broschüren über Erzeugnisse mit dem Gütesiegel oder Biozeichen, Informationsprospekte, Produktverkostungen auf Messen und bei anderen öffentlichen Veranstaltungen und andere Mittel, mit denen der Verbraucher angesprochen werden soll, z. B. Bodenmarkierungen mit sich auf das Gütesiegel und das Biozeichen beziehenden Symbolen und Informationen. Die Kampagnen sind jeweils auf verschiedene Produktgruppen ausgerichtet, je nach den örtlichen Gegebenheiten und der Marktlage.

(71) Den Auskünften zur Maßnahme NN 34A/2000 zufolge bestätigten die österreichischen Behörden für den Zeitraum 2002-2008, dass die Anzeigen und Aktivitäten an den Verkaufsorten und bei anderen öffentlichen Veranstaltungen nicht auf namentlich genannte Unternehmen oder Handelsmarken verweisen dürfen. Sie enthalten nur Informationen zu den mit dem Gütesiegel verbundenen Qualitätsanforderungen und Qualitätskontrollen, um die Verbraucher über die besondere Qualität der mit diesem Siegel versehenen Erzeugnisse aufzuklären. Die Aktivitäten am Verkaufsort stehen allen interessierten Unternehmen offen. Die Unternehmen selbst dürfen keinen Zuschuss im Rahmen der angemeldeten Regelung erhalten.

(72) Außerdem muss der Ursprung des Erzeugnisses, falls angegeben, die sekundäre Werbebotschaft darstellen. Die österreichischen Behörden haben repräsentative Muster für gedrucktes und audiovisuelles Werbematerial vorgelegt, um aufzuzeigen, wie durch die Werbung sichergestellt wird, dass der Hinweis auf den Ursprung des Erzeugnisses immer eine untergeordnete Rolle einnimmt.

- (73) Aus den übermittelten Auskünften zur Maßnahme NN 34A/2000 geht hervor, dass die Biozeichenmaßnahmen teilweise von der EU kofinanzierte Werbetätigkeiten betreffen.

2.7.1.2. Generische Werbemaßnahmen

- (74) Auf der Grundlage der in den Jahresberichten 1995-1999 übermittelten Angaben kann geschlossen werden, dass die Werbekampagnen Milch und Milcherzeugnisse, Fleisch und Fleischerzeugnisse, Eier, Obst, Gemüse und Kartoffeln sowie Verarbeitungserzeugnisse aus diesen Rohstoffen und Blumen betrafen.
- (75) Die Werbekampagnen umfassten Anzeigen in gedruckten und elektronischen Medien sowie Absatzförderung am Verkaufsort, auf Messen und bei anderen öffentlichen Veranstaltungen. Die Absatzförderung nutzte Informationsstände mit Produktproben und Broschüren zu den beworbenen Produkten und andere Mittel, die die Aufmerksamkeit des Verbrauchers erregen, wie Produkttests, Gewinnspiele, Poster, Deckenhänger und Bodenmarkierungen mit Informationen zu den beworbenen Produkten. Außerdem wurde gedrucktes und anderes Material hergestellt, um die verschiedenen Produkte oder Produktgruppen zu bewerben. Dazu gehören Informationsbroschüren, Zeitschriften, Kochbücher, bedruckte Bekleidung und Werbegeschenke.
- (76) In einigen der Kommission vorliegenden Beispielen für generische Werbung wird mit einem Wort oder Symbol auf den Ursprung des Erzeugnisses verwiesen (zum Beispiel ‚Fleisch aus Österreich‘, ‚Frischfleisch aus Österreich‘, ‚Kalbfleisch aus Österreich‘, zusammen mit den Farben der österreichischen Flagge rot, weiß und rot); solche Werbekampagnen sind auf Seite 16 des AMA-Tätigkeitsberichts 1999 aufgeführt.
- (77) In einigen Werbebeispielen bezieht sich die Werbung auf bestimmte Firmen (insbesondere in einer gedruckten Anzeige für österreichischen Käse wird das Käse erzeugende Unternehmen RUPP und in einer Werbung für österreichische Eier wird die Einzelhandelskette SPAR genannt ⁽²⁴⁾).

2.7.1.3. Werbemaßnahmen außerhalb Österreichs

- (78) Mit den Werbemaßnahmen sollten die Verbraucher und das Fachpublikum über das Angebot der Produkte aus Österreich informiert und dazu angeregt werden, diese Erzeugnisse zu probieren. Sie sollten über den Geschmack der Produkte und deren kulinarische Verwendung informiert und dazu angeregt werden, neue Erzeugnisse zu probieren.
- (79) Die Werbekampagnen umfassten Werbung in den Medien, Broschüren und Prospekte, Werbegeschenke, Produktverkostungen und E-Mails an Verbraucher.

- (80) Die Werbung für österreichische Erzeugnisse erfolgte auch im Rahmen von österreichischen Lebensmittelwochen und internationalen Messen außerhalb Österreichs in EU-Mitgliedstaaten.

2.7.2. Staatliche Beihilfen für Qualitätserzeugnisse

- (81) Hinsichtlich des AMA-Gütesiegels und -Biozeichens wurde eine Beihilfe gewährt für den Aufbau von Qualitätssicherungssystemen (Studien zur allgemeinen Verbesserung der Produktionsqualität, Erstellung und Vertrieb von Qualitätssicherungsdokumenten, Entwicklung von Informatiksystemen innerhalb der AMA-Marketing), Qualitätskontrollen und Kontrollen bei Bio-Erzeugnissen (Vor-Ort-Kontrollen durch externe Stellen und Laboranalysen). Die Kosten für alle routinemäßig durchzuführenden Qualitätskontrollen trugen die Lizenznehmer selbst.
- (82) Zusätzlich ist in den Jahresberichten 1995 – 1999 eine Maßnahme in Form der Einführung eines Qualitätssicherungssystems ISO 90002 aufgeführt.

2.7.3. Maßnahmen zur technischen Hilfe

Bei Gütesiegel und Biozeichen

- (83) Beihilfen konnten für allgemeine Informationsvorhaben, PR-Aktivitäten zur Verbreitung allgemeiner Informationen über das Gütesiegel und Qualitätswettbewerbe gewährt werden.
- (84) Beihilfen für allgemeine Informationsvorhaben wurden für die Organisation von Informationstreffen und die Erstellung von Prospekten, Katalogen, Newsletters und Internetbeiträgen gewährt.
- (85) Ziel war es, den Verbrauchern allgemeine Fakten über das AMA-Gütesiegel- und -Biozeichen-Programm, beispielsweise das qualitätsorientierte Gütesiegel-Programm, die Bedeutung der Siegel und die Kontrollsysteme, an die Hand zu geben.
- (86) Die vorgenannten Maßnahmen scheinen keine bestimmten Produktgruppen zu betreffen und regen offensichtlich die Kunden nicht zum Kauf eines bestimmten Erzeugnisses an.

Bei generischen Erzeugnissen

- (87) Der Jahresberichten zufolge wurden im Zeitraum 1995-1999 Beihilfen für allgemeine Informations- und PR-Tätigkeiten, die Organisation von und Teilnahme an Messen sowie die Marktforschung gewährt.
- (88) Beihilfen für allgemeine Informations- und PR-Tätigkeiten wurden für die Darstellung allgemeiner Eigenschaften von Lebensmitteln und die Behandlung von Anliegen von allgemeinem Interesse, zum Beispiel durch Aufklärung und Information im Fall von Lebensmittelskandalen, gewährt. Die PR-Aktivitäten umfassten auch eine Verbesserung der Kommunikationsbasis in den Medien.

⁽²⁴⁾ Diese Beispiele finden sich auf Seite 12 bzw. 33 des AMA-Tätigkeitsberichts 1999.

Sie wurden im Wege von Pressemitteilungen, Pressekonferenzen, Presseservices, Newslettern, Tagen der offenen Tür und Lobbyarbeit durchgeführt.

- (89) Gefördert wurden auch die Organisation von und Teilnahme an Ereignissen wie Wettbewerben, Konferenzen, Seminaren und Workshops in Österreich sowie von österreichischen Wochen und Messen in anderen EU-Mitgliedstaaten.
- (90) Beihilfen für Marktforschung wurden für die Erstellung von Studien betreffend allgemeine Lebensmittelmarktdaten, die Entwicklung der Märkte, das Verbraucherverhalten, Tendenzen und Analysen der Verkäufe der jeweiligen landwirtschaftlichen Erzeugnisse gewährt.

2.8. Beihilfeintensität

- (91) Die Beihilfen decken 100 % der Kosten der AMA-Marketingmaßnahmen.
- (92) Die Beihilfe für Qualitätserzeugnisse und für die technische Hilfe betreffend das Gütesiegel und das Biozeichen im Zeitraum 2002-2008 überschreitet niemals 100 000 EUR je Begünstigten während eines Dreijahreszeitraums.
- (93) Hinsichtlich der Kontrollmaßnahmen für die Verwendung des Gütesiegels haben die österreichischen Behörden bestätigt, dass die Maßnahme bis 2009 abgeschafft wird.

3. WÜRDIGUNG

3.1. Geltungsbereich des Beschlusses

- (94) Gegenstand des Beschlusses sind die nicht angemeldeten AMA-Marketingmaßnahmen im Rahmen der Beihilferegelung NN 34/2000 und die AMA-Maßnahmen der annullierten Entscheidung der Kommission NN 34A/2000.
- (95) In Anbetracht der Tatsache, dass das Gesetz und seine Durchführungsbestimmungen mehrfach geändert worden sind, viele Verfahrensschritte stattgefunden haben und die Beihilfe aus zahlreichen Maßnahmen mit unterschiedlicher Laufzeit besteht, müssen die genauen Anfangs- und Enddaten für die Durchführung der Maßnahmen und somit der zeitliche Rahmen des Beschlusses bestimmt werden.
- (96) Gemäß den von den österreichischen Behörden übermittelten Auskünften gibt es die Vermarktungsmaßnahmen seit 1994, d.h. es gab sie schon vor dem 1.1.1995, dem Zeitpunkt des Beitritts Österreichs zur Europäischen Union. Die AMA-Maßnahmen wurden von den österreichischen Behörden der Kommission jedoch nicht gemäß Artikel 143 bzw. 144 der Akte über den Beitritt der Republik Österreich (siehe Nummer (25)) mitgeteilt und können daher nicht als bestehende Beihilfe gelten. Diese Maßnahmen sollten somit als neue nicht angemeldete

Beihilfe ab dem Beitrittsdatum 1.1.1995 gelten, das als Anfangsdatum für die Gewährung der Beihilfe betrachtet werden sollte.

- (97) Außerdem haben die österreichischen Behörden wie unter Nummer (26) beschrieben, mit Schreiben vom 23.6.1997 das ausgefüllte Anmeldeformular über die AMA-Marketingmaßnahmen übermittelt, worauf die Kommission nicht innerhalb der vorgeschriebenen Zwei-monatsfrist reagiert hat, wodurch die Beihilfe als bestehende Beihilfe hätte gelten können.⁽²⁵⁾ Die Kommission ist jedoch der Ansicht, dass das vorgenannte Schreiben nicht als Anmeldung der Maßnahmen gemäß Artikel 108 Absatz 3 AEUV und die Beihilfe somit nicht als bestehende Beihilfe gelten kann, weil die Maßnahmen bereits vor 1997 durchgeführt wurden. Daher hat das vorgenannte Schreiben vom 23.6.1997 keine Auswirkungen auf die Laufzeit der AMA-Maßnahmen.
- (98) Hinsichtlich des Enddatums der Durchführung werden die österreichischen Behörden zunächst gebeten, sich dazu zu äußern, ob die Annahme richtig ist, dass sich die Maßnahmen der Beihilferegelung N 239/2004 auf einen Teil der AMA-Maßnahmen im Rahmen von NN 34/2000 beziehen, die nach einer wesentlichen Änderung der Maßnahmen, um den geltenden Vorschriften zu entsprechen (siehe Nummer (28)), als N 239/2004 angemeldet wurden. Als Alternative könnte davon ausgegangen werden, dass sich die Regelung N 239/2004 ab 2004 auf vollständig neue AMA-Maßnahmen bezieht, die vorher nicht unter das Verfahren NN 34/2000 fielen.
- (99) In beiden Fällen sollten die österreichischen Behörden angeben, ob es im Rahmen der Beihilferegelung NN 34/2000 noch andere AMA-Marketingmaßnahmen gab, die ab 2002 nicht unter die Beihilferegelungen NN 34A/2000 und N 239/2004 fielen, und falls ja, welches das Enddatum ihrer Durchführung war.
- (100) Zur genehmigten Beihilferegelung N 570/1998 ist zu sagen, dass diese Maßnahme aufgrund ihrer kurzen Laufzeit und des begrenzten Beihilfeumfangs eindeutig nicht als Genehmigung als staatliche Beihilfe für das gesamte Spektrum der AMA-Marketingmaßnahmen angesehen werden kann. Nichtsdestoweniger werden die österreichischen Behörden aufgefordert, zu erläutern, welcher

⁽²⁵⁾ Gemäß Artikel 1 Absatz 4 Ziffer iii in Verbindung mit Artikel 4 Absatz 6 der Verordnung (EG) Nr. 659/1999 des Rates gilt Folgendes: Hat die Kommission innerhalb von zwei Monaten nach der Anmeldung keine Entscheidung erlassen, so kann der betreffende Mitgliedstaat die Maßnahme durchführen, nachdem er die Kommission hiervon in Kenntnis gesetzt hat, es sei denn, dass diese innerhalb einer Frist von 15 Arbeitstagen nach Erhalt der Benachrichtigung eine Entscheidung erlässt. Die Verordnung (EG) Nr. 659/1999 trat im Jahre 1999 in Kraft und gilt daher nicht für das betreffende Schreiben, das aus dem Jahre 1997 stammt. Die vorgenannten Vorschriften der Verordnung (EG) Nr. 659/1999 wurden jedoch als Kodifizierung der sogenannten Lorenz-Jurisprudenz (Urteil des Gerichtshofs im Fall Lorenz, EuGH, 120/73, Slg. 1973, 1471, Randnrn 4 ff) angesehen, derzufolge eine Beihilfe als genehmigt und als bestehende Beihilfe gilt, wenn die Kommission nicht innerhalb von zwei Monaten auf die Anmeldung reagiert hat.

Teil der AMA-Marketingmaßnahmen in welchem Maße bzw. überhaupt unter die vorgenannte Entscheidung fiel und welche Auswirkung diese Genehmigung als staatliche Beihilfe auf die Laufzeit der jeweiligen Maßnahmen haben würde.

- (101) Des Weiteren wurde in Nummer (30) festgestellt, dass der Kommission nicht bekannt ist, dass es außer den Maßnahmen N 570/1998, NN 34A/2000, N 239/2004, N 175/2006, N 589/2008 und N 496/2009 andere genehmigte Beihilfemaßnahmen im Zusammenhang mit den AMA-Marketingmaßnahmen gegeben hat. Dabei werden die österreichischen Behörden gebeten, die erforderlichen Auskünfte zu übermitteln, falls es eine beihilferechtliche Klärung (einschließlich Entscheidung der Kommission, GVO-Beihilfen und unter *de-minimis*-Verordnungen fallende Beihilfen) gegeben hat, die die AMA-Tätigkeiten zwischen 1995 und 2008 abdecken würde.
- (102) In Anbetracht der vorstehenden Angaben und Erwägungen kommt die Kommission hinsichtlich des zeitlichen Anwendungsbereichs der Entscheidung zu der Schlussfolgerung, dass das Beginndatum aller AMA-Marketingmaßnahmen der 1.1.1995 war (siehe Nummern (25) und (96)). Für das AMA-Biozeichen und –Gütesiegel war das Enddatum der Beihilfegewährung der 31.12.2008, außer für die Biozeichenwerbemaßnahmen, die am 31.12.2006 abliefen (siehe Nummern (14), (17) und (18)). Die übrigen AMA-Marketingmaßnahmen scheinen am 20.10.2004 abgelaufen zu sein, dem Datum, an dem die Entscheidung N 239/2004 genehmigt wurde (siehe Kapitel 1.1.4 und vorstehende Nummer (28)). Deshalb betrifft der Geltungsbereich der Entscheidung den Zeitraum 1.1.1995 - 31.12.2008 für die Gütesiegel- und Biozeichenmaßnahmen und den Zeitraum 1.1.1995 - 20.10.2004 für die sonstigen Marketingmaßnahmen.

3.2. Vorliegen einer staatlichen Beihilfe

- (103) Das Verbot staatlicher Beihilfen gemäß Artikel 107 Absatz 1 AEUV gilt, für staatliche oder aus staatlichen Mitteln gewährte Beihilfen gleich welcher Art, die durch die Begünstigung bestimmter Unternehmen oder Produktionszweige den Wettbewerb verfälschen oder zu verfälschen drohen und soweit sie den Handel zwischen Mitgliedstaaten beeinträchtigen.

3.2.1. Vom Staat bzw. aus staatlichen Mitteln gewährte Beihilfe

- (104) Was die Frage anbelangt, ob das Aufkommen aus den parafiskalischen Abgaben als staatliche Mittel angesehen werden kann, muss hinsichtlich der staatlichen Mittel nicht danach unterschieden werden, ob eine Beihilfe direkt vom Staat oder von einer öffentlichen oder privaten Einrichtung gewährt wird, die von diesem Staat dazu bestimmt oder errichtet wurde⁽²⁶⁾.

⁽²⁶⁾ Urteile vom 13. März 2001 in der Rechtssache C-379/98, Preussen Elektra [2001] Slg. I-2099, Randnr. 58, und vom 20. November 2003 in der Rechtssache C-126/01, GEMO [2003] Slg. I-3769, Randnr. 23.

- (105) Die Kommission stellt fest, dass die Beihilfe im vorliegenden Fall nicht direkt vom Staat, sondern von der AMA, einer zwischengeschalteten Stelle, gewährt wird (siehe Nummer (39)). Deshalb muss geprüft werden, ob die von der AMA eingezogenen Abgaben als staatliche Mittel betrachtet werden können, die dem Staat zuzurechnen sind.

- (106) Die AMA und die AMA-Marketing sind durch Gesetz errichtet worden, werden vom Staat kontrolliert und werden durch parafiskalische Abgaben finanziert (siehe Nummern (39) und (43)). Deshalb sind die Tätigkeiten der AMA und der AMA-Marketing dem Staat zuzurechnen.

- (107) Am 15. Juli 2004 hob der Europäische Gerichtshof in seinem Urteil in der Rechtssache *Pearle*⁽²⁷⁾ hervor, dass Zwangsbeiträge, die durch eine zwischengeschaltete Stelle bei allen Unternehmen eines Berufszweiges erhoben werden, dann als nicht staatliche Mittel angesehen werden können, wenn folgende vier kumulative Voraussetzungen erfüllt sind:

- die betreffende Maßnahme wird von dem Berufsverband, in dem die Unternehmen und Arbeitnehmer eines Berufszweiges vertreten sind, beschlossen und dient nicht als Instrument zur Umsetzung einer vom Staat festgelegten Politik;
- die Umsetzung der so vorgegebenen Ziele wird vollständig aus Beiträgen der Unternehmen des Sektors finanziert;
- die Finanzierungsweise und der prozentuale Anteil/Betrag der Beiträge werden ohne Eingreifen des Staates im Berufsverband des Sektors durch die Vertreter der Arbeitgeber und Arbeitnehmer festgelegt;
- die Beiträge müssen zur Finanzierung der Maßnahme verwendet werden, ohne dass der Staat darauf irgendeinen Einfluss nehmen kann.

- (108) Aus den verfügbaren Angaben geht hervor, dass die Regelung nicht alle diese Bedingungen erfüllt. Zumindest einige werden nicht erfüllt.

- (109) Was die erste Bedingung betrifft, so ist festzustellen, dass die Finanzierung der Marketingmaßnahmen nicht von einem Berufsverband, sondern von der AMA-Marketing verwaltet wird, einer vom Staat gegründeten und kontrollierten öffentlich-rechtlichen Einrichtung (siehe Nummer (39)).

- (110) Was die dritte Bedingung betrifft, so sind die Abgabe und der Betrag der Beiträge gesetzlich vorgeschrieben, d.h. durch das AMA-Gesetz. Darüber hinaus handelt es sich

⁽²⁷⁾ Urteil des Gerichtshofs vom 15. Juli 2004 in der Rechtssache C-345/02, *Pearle* [2004] Slg. I-7139, Randnrn 35-38.

laut AMA-Gesetz bei der Abgabe um eine Pflichtabgabe (siehe Nummer (44)). Dies ist ein ganz konkreter Hinweis darauf, dass der Staat die Finanzierungsweise festlegt.

- (111) Somit erfüllt die Abgabe offensichtlich nicht die Bedingungen, die im Urteil des Gerichtshofs in der Rechtssache *Pearle* aufgeführt sind. Deshalb kann gefolgert werden, dass die Beihilfe aus staatlichen Mitteln finanziert wird und die Maßnahme dem Staat zuzurechnen ist.

3.2.2. Selektiver Vorteil

- (112) Nach der ständigen Rechtsprechung des Gerichtshofs werden Maßnahmen gleich welcher Art, die geeignet sind, Unternehmen direkt oder indirekt zu begünstigen, oder die einen wirtschaftlichen Vorteil darstellen, den das Unternehmen unter normalen Marktbedingungen nicht erzielt hätte, als Beihilfen angesehen⁽²⁸⁾. Darüber hinaus werden Maßnahmen, die in verschiedener Form die Belastungen vermindern, die ein Unternehmen normalerweise zu tragen hat und die somit zwar keine Subventionen im strengen Sinne des Wortes darstellen, diesen aber nach Art und Wirkung gleichstehen, als Beihilfen angesehen⁽²⁹⁾. Der Gerichtshof wies auch darauf hin, dass eine staatliche Maßnahme, die bestimmte Unternehmen oder Erzeugnisse begünstigt, die Eigenschaft eines unentgeltlichen Vorteils nicht dadurch verliert, dass sie ganz oder teilweise durch Beiträge finanziert wird, die von Staats wegen von den betreffenden Unternehmen erhoben werden⁽³⁰⁾.
- (113) Die Maßnahme kommt durch Werbung, Förderung von Qualitätserzeugnissen und technische Hilfe bestimmten Betrieben im Sektor der Erzeugung, Be- und Verarbeitung sowie Vermarktung von Agrarerzeugnissen zugute (siehe Nummer (35)).
- (114) In diesem Zusammenhang werden die österreichischen Behörden gebeten, weitere Auskünfte über den Kreis der Begünstigten sowie die Anzahl der Begünstigten jeder Marketingmaßnahme zu übermitteln.
- (115) Des Weiteren werden sie gebeten, zu erläutern, in welchem Maße die Lebensmittelindustrie in den Genuss der Marketingmaßnahmen kommt.
- (116) Hinsichtlich des Gütesiegels und des Biozeichens geht aus den übermittelten Auskünften nicht deutlich hervor, welche Art von Betrieb das Recht zur Verwendung der Siegel erlangen kann. Deshalb sollten die österreichischen Behörden klarstellen, ob dieses Recht auf landwirtschaftliche Primärerzeuger und Verarbeitungsbetriebe beschränkt ist oder auch Betriebe auf Einzelhandelsstufe darüber verfügen können.

3.2.3. Wettbewerbsverzerrungen und Auswirkungen auf den Handel

- (117) Nach der Rechtsprechung des Gerichtshofs führt die Stärkung der Wettbewerbsposition eines Unternehmens infolge der Gewährung einer staatlichen Beihilfe normalerweise zu einer Wettbewerbsverzerrung gegenüber konkurrierenden Unternehmen, die diese Beihilfe nicht erhalten⁽³¹⁾. Eine Beihilfe für ein Unternehmen, das aus einem für den Handel innerhalb der Europäischen Union offenen Markt tätig ist, scheint den Handel zwischen den Mitgliedstaaten zu beeinträchtigen⁽³²⁾. Im Zeitraum 1995-2008 gab es einen bedeutenden Handel mit landwirtschaftlichen Erzeugnissen innerhalb der Union. Beispielsweise betraf dieser Handel im Jahr 2004 landwirtschaftliche Erzeugnisse im Wert von rund 183 Mrd. EUR (Einfuhren) bzw. rund 187 Mrd. EUR (Ausfuhren) und somit rund 57 % der gesamten landwirtschaftlichen Erzeugung in Höhe von 324 Mrd. EUR. Österreichs Einfuhren und Ausfuhren landwirtschaftlicher Erzeugnisse in die und aus den anderen Mitgliedstaaten belief sich im Jahr 2006 auf 47 797 Mio. EUR bzw. 39 599 Mio. EUR (Quelle: EUROSTAT).
- (118) Da somit während des betreffenden Zeitraums ein umfassender zwischenstaatlicher Handel mit diesen Erzeugnissen bestand, kann davon ausgegangen werden, dass die Maßnahme den Wettbewerb verzerrt und den Handel zwischen Mitgliedstaaten beeinträchtigt.
- (119) Somit sind die Bedingungen von Artikel 107 Absatz 1 AEUV erfüllt. Daher kann geschlossen werden, dass es sich bei der betreffenden Maßnahme um eine staatliche Beihilfe im Sinne dieses Artikels handelt.
- (120) Der vorliegende Beschluss greift weiteren Analysen der Kommission zur Einhaltung der Vorschriften für das öffentliche Auftragswesen in keiner Weise vor.

3.3. Rechtswidrigkeit der Beihilfen

- (121) Die Kommission muss darauf hinweisen, dass Österreich sie nicht gemäß Artikel 108 Absatz 3 AEUV über die Vorschriften zur Einführung der Abgabe und die durch sie finanzierten Maßnahmen unterrichtet hat, bevor sie zur Anwendung kamen. Gemäß Artikel 1 Buchstabe f der Verordnung (EG) Nr. 659/1999 des Rates vom 22. März 1999 über besondere Vorschriften für die Anwendung von Artikel 93 des EG-Vertrags (nunmehr Artikel 108 AEUV)⁽³³⁾ sind rechtswidrige Beihilfen neue Beihilfen, die unter Verstoß gegen Artikel 108 Absatz 3 AEUV eingeführt werden. Die Verpflichtung zur Anmeldung staatlicher Beihilfen ist in Artikel 2 derselben Verordnung festgeschrieben.

⁽²⁸⁾ Urteil des Gerichtshofs in der Rechtssache C-280/00, *Altmark* [2003], Randnr. 84.

⁽²⁹⁾ Urteil des Gerichtshofs in der Rechtssache C-355/00 *Freskot AE* gegen *Elliniko Dimosio* [2003] Slg. I-5263, Randnr. 83.

⁽³⁰⁾ Urteil des Gerichtshofs vom 22. März 1977 in der Rechtssache 78/76, *Steinike & Weinlig* [1977] Slg. 595, Randnr. 22.

⁽³¹⁾ Urteil des Gerichtshofs in der Rechtssache 730/79 *Philip Morris Holland BV* gegen Kommission der Europäischen Gemeinschaften [1980] Slg. 2671, Randnrn 11 und 12.

⁽³²⁾ Siehe insbesondere Urteil des Gerichtshofs in der Rechtssache 102/87 *Französische Republik* gegen Kommission [1988], Slg. 4067.

⁽³³⁾ ABl. L 83 vom 27.3.1999, S. 1.

(122) Die von Österreich durchgeführten Maßnahmen enthalten Elemente staatlicher Beihilfen. Wie unter Nummer (25) aufgeführt, gibt es die Marketingmaßnahmen schon seit 1994, d.h. es gab sie schon vor dem 1.1.1995, dem Zeitpunkt, zu dem Österreich der Europäischen Union beigetreten ist. Jedoch haben die österreichischen Behörden die AMA-Maßnahmen der Kommission nie gemäß Artikel 143 oder 144 der Akte über den Beitritt der Republik Österreich mitgeteilt. Da die mit diesen Maßnahmen verbundenen Beihilfen der Kommission erst nach Beginn ihrer Anwendung gemeldet worden sind, werden diese Beihilfen als rechtswidrig gemäß den jeweiligen Vorschriften des AEUV angesehen (siehe hierzu auch Nummer (96)).

(123) Wie unter den Nummern (9), (26) und (97) dargelegt, kann außerdem weder das Schreiben vom 23.6.1997 noch das Schreiben vom 19.12.2002 als Anmeldung einer neuen Beihilfe gelten.

3.4. Beurteilung der Vereinbarkeit der Beihilfen mit den Rechtsvorschriften

3.4.1. Geltende Vorschriften

(124) Gemäß Artikel 107 Absatz 3 Buchstabe c AEUV können Beihilfen zur Förderung der Entwicklung bestimmter Wirtschaftszweige oder Wirtschaftsgebiete als mit dem Gemeinsamen Markt vereinbar betrachtet werden, soweit sie die Handelsbedingungen nicht in einer Weise verändern, die dem gemeinsamen Interesse zuwiderläuft.

(125) Gemäß der Bekanntmachung der Kommission über die zur Beurteilung unrechtmäßiger staatlicher Beihilfen anzuwendenden Regeln⁽³⁴⁾ sind unrechtmäßige staatliche Beihilfen im Sinne von Artikel 1 Buchstabe f der Verordnung (EG) Nr. 659/1999 anhand der zum Zeitpunkt der Beihilfegewährung geltenden Regeln zu beurteilen.

(126) Seit dem 1.1.2000 gelten spezielle Rahmenregelungen für den Agrarsektor. Jede vor diesem Zeitpunkt gewährte Beihilfe muss gegebenenfalls anhand der vor dem 1.1.2000 geltenden Vorschriften, Maßnahmen und Praktiken beurteilt werden. Jede ab diesem Zeitpunkt gewährte Beihilfe ist anhand der jeweils geltenden Rahmenregelung zu beurteilen. Zwischen dem 1.1.2000 und dem 31.12.2006 galt der alte Gemeinschaftsrahmen. Seit dem 1. Januar 2007 gilt die Rahmenregelung der Gemeinschaft für staatliche Beihilfen im Agrar- und Forstsektor 2007-2013⁽³⁵⁾ (nachstehend: Rahmenregelung).

(127) In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass die Mitgliedstaaten gemäß Nummer 196 der Rahmenregelung über eine Übergangszeit bis zum 31.12.2007 verfügen, um die bestehenden Beihilferegelungen an die Bestimmungen der Rahmenregelung anzupassen. Die Begriffsbestimmung der bestehenden Beihilfen ist in Artikel 1 Buchstabe b der Verordnung (EG) Nr. 659/1999 des Rates aufgeführt. Gemäß Artikel 1 Buchstabe b Ziffer

ii der Verordnung, der auf den vorliegenden Fall Anwendung findet, sind bestehende Beihilfen genehmigte Beihilfen, also Beihilferegelungen und Einzelbeihilfen, die von der Kommission oder vom Rat genehmigt wurden. Die Beihilferegelung NN 34A/2000 war zwar von der Kommission genehmigt worden, diese Entscheidung wurde jedoch vom Gerichtshof annulliert (siehe vorstehende Nummern (22) und (23)) und die Regelung verlor somit ihren Status als bestehende Beihilfe⁽³⁶⁾. Deshalb findet die Übergangszeit gemäß Nummer 196 der Rahmenregelung keine Anwendung und die Beihilferegelung hätte der Rahmenregelung bereits am 1.1.2007 und nicht am 1.1.2008 entsprechen müssen.

3.4.2. Werbung

(128) Hinsichtlich der Werbebeihilfe muss die Vereinbarkeit der vor dem 1.1.2002 gewährten Beihilfe anhand der Mitteilung der Kommission betreffend die staatliche Förderung des Absatzes von landwirtschaftlichen und Fischereierzeugnissen⁽³⁷⁾ (nachstehend: Mitteilung) und der Rahmenregelung für einzelstaatliche Beihilfen im Bereich der Werbung für landwirtschaftliche Erzeugnisse (ausgenommen Fischereierzeugnisse) und bestimmte nicht in Anhang II des EWG-Vertrags genannte Erzeugnisse⁽³⁸⁾ (nachstehend: Werberahmenregelung) beurteilt werden.

(129) Die nach dem 1.1.2002 gewährten Beihilfen sind anhand der Werbeleitlinien zu beurteilen.

(130) Bei der Beurteilung der nach dem 1.1.2007 gewährten staatlichen Beihilfen für die Werbung für landwirtschaftliche Erzeugnisse wendet die Kommission Abschnitt VI.D der Rahmenregelung an.

3.4.2.1. Umfang der Werbung

(131) Die Werberahmenregelung gilt für die Werbung, wobei unter Werbung im Sinne dieser Regelung jede Aktion zu verstehen ist, die mittels des Einsatzes der Medien (Presse, Rundfunk, Fernsehen und Plakate) den Verbraucher zum Kauf des betreffenden Erzeugnisses anregen soll. Aktionen zur Absatzförderung in einem weiteren Sinne, zum Beispiel die Verbreitung von wissenschaftlichen Erkenntnissen, die Organisation von Messen und Ausstellungen, die Teilnahme hieran sowie ähnliche Aktionen der Öffentlichkeitsarbeit einschließlich Umfragen und Marktforschung fallen nicht in den Geltungsbereich der Regelung (siehe Nummer 1.1 der Werberahmenregelung). Der Geltungsbereich der Werbeleitlinien ist sehr ähnlich, nur

⁽³⁴⁾ ABL C 119 vom 22.5.2002, S. 22.

⁽³⁵⁾ ABL C 319 vom 27.12.2006, S. 1.

⁽³⁶⁾ In diesem Zusammenhang können sich die österreichischen Behörden nicht auf den Grundsatz des Vertrauensschutzes beziehen, indem sie argumentieren, dass die Entscheidung erst 2009 und somit nach dem Inkrafttreten der Rahmenregelung und nach Ablauf der Übergangszeit gemäß deren Nummer 196 annulliert worden war, weil die Entscheidung bereits 2004 von den Beschwerdeführern vor dem Gerichtshof angefochten worden und Österreich sich der Tatsache bewusst war, dass ein Gerichtsverfahren lief (siehe dazu das CELF-II-Urteil (Urteil des Gerichtshofs vom 11. März 2010, Rechtsache C-1/09, Randnrn 51-52, 55)).

⁽³⁷⁾ ABL C 272 vom 28.10.1986, S. 3.

⁽³⁸⁾ ABL C 302 vom 12.11.1987, S. 6.

wurden die Marktteilnehmer zu den Verbrauchern hinzugefügt und wurden Werbemaßnahmen, die sich am Verkaufsort an den Verbraucher richten, zu den Werbemaßnahmen hinzugefügt (Nummer 7). Der Geltungsbereich der Rahmenregelung ist identisch (siehe Nummer 152 Buchstabe a der Rahmenregelung).

- (132) In dem vorliegenden Fall wurden die Beihilfen für Werbekampagnen unter Nutzung unterschiedlicher Medien und anderer Werbemittel gewährt. Die Werbekampagnen betrafen das Biozeichen und das Gütesiegel sowie generische Erzeugnisse und die Werbung außerhalb Österreichs. Aus den übermittelten Auskünften kann geschlossen werden, dass das Ziel der Maßnahmen darin bestand, die Verbraucher zum Kauf des jeweiligen Erzeugnisses zu veranlassen (siehe Nummern (68) und (78)). Daher kann gefolgert werden, dass die vorgenannten Maßnahmen unter die Werbung fallen.

3.4.2.2. Beihilfen für die Werbung im Zeitraum 1995-2001

- (133) Die Vereinbarkeit der vor dem 1. Januar 2002 gewährten Beihilfen mit dem Gemeinsamen Markt wird anhand der Mitteilung und der Werberahmenregelung beurteilt.

- (134) Sowohl in der Mitteilung (Nummer 2 der Mitteilung) wie in der Werberahmenregelung (Nummer 2.1. der Werberahmenregelung) wird darauf hingewiesen, dass Beihilfen für Werbeaktionen nicht als mit dem Gemeinsamen Markt vereinbar angesehen werden können, wenn das Werbematerial gegen Artikel 30 EWG-Vertrag (nunmehr Artikel 34 AEUV) verstößt.

- (135) Zunächst verstoßen generische Werbekampagnen, in denen nicht gesondert auf den nationalen Ursprung des Produktes verwiesen wird, in anderen Mitgliedstaaten organisierte Kampagnen sowie Kampagnen auf dem inländischen Markt, bei denen besondere Qualitäten oder Sorten von Erzeugnissen herausgestellt werden und bei denen auf den nationalen Ursprung des Erzeugnisses allenfalls nur dadurch hingewiesen wird, dass die betreffenden Qualitäten oder Sorten oder die übliche Bezeichnung des Erzeugnisses genannt werden, gemäß Nummer 2.1 der Mitteilung nicht gegen Artikel 34.

- (136) Dagegen verstoßen gemäß Nummer 2.2 u.a. die folgenden Kampagnen mit Sicherheit gegen Artikel 34: Verkaufsförderungskampagnen, die dem Verbraucher raten, nationale Erzeugnisse zu kaufen, lediglich weil sie nationalen Ursprungs sind.

- (137) Außerdem ist unter Nummer 2.3. ausgeführt, dass gegen Verkaufsförderungskampagnen auf dem Markt eines Mitgliedstaats wegen der Hinweise auf den nationalen Ursprung der Erzeugnisse Einwände aufgrund von Artikel 34 erhoben werden können, sofern nicht bestimmte Grenzen befolgt werden.

- (138) Gemäß Nummer 2.3.1. beschränken sich Verkaufsförderungskampagnen, die auf die Sorten oder Qualitäten

von in einem Mitgliedstaat hergestellten Erzeugnissen aufmerksam machen, praktisch auf nationale oder regionale Spezialitäten und verweisen oft auf die besonderen Qualitäten der in einem Mitgliedstaat hergestellten Erzeugnisse und auf den nationalen Ursprung dieser Erzeugnisse, obwohl diese Erzeugnisse und ihre Qualitäten mit anderswo hergestellten Erzeugnissen durchaus vergleichbar sind. Wird im Rahmen derartiger Verkaufsförderungskampagnen in übertriebenem Maße auf den nationalen Ursprung des Erzeugnisses hingewiesen, besteht die Gefahr eines Verstoßes gegen Artikel 34. Die Kommission fordert die Mitgliedstaaten daher auf, insbesondere dafür zu sorgen, dass die folgenden Leitlinien streng respektiert werden. Das herstellende Land kann namentlich oder symbolisch genannt werden, sofern die Hinweise auf die Qualitäten und Sorten des Erzeugnisses einerseits und dessen nationalen Ursprung andererseits in einem ausgewogenen Verhältnis zueinander stehen. Die Hinweise auf den nationalen Ursprung sollten im Vergleich zu der durch die Kampagne vermittelten Hauptbotschaft an die Verbraucher sekundär sein und nicht den wesentlichen Grund dafür darstellen, dass den Verbrauchern geraten wird, das betreffende Erzeugnis zu kaufen. Die Qualitäten der Erzeugnisse, die genannt werden dürfen, betreffen Geschmack, Duft, Frische, Reife, Preis, Nährwert, verfügbare Sorten, Nützlichkeit (Rezepte usw.). Zu vermeiden sind Superlative wie ‚das Beste‘, ‚das Wohlschmeckendste‘, ‚das Feinste‘ und Ausdrücke wie ‚nur das Produkt. . .‘ oder Verkaufsförderungsmaßnahmen, die wegen des Hinweises auf den nationalen Ursprung zur Folge haben, dass das Werbeprodukt mit den Erzeugnissen anderer Mitgliedstaaten verglichen wird. Auf Qualitätskontrollen sollte nur hingewiesen werden, wenn das Erzeugnis einer echten und objektiven Qualitätskontrolle unterliegt.

- (139) Außerdem verbietet Nummer 2.2. der Werberahmenregelung Beihilfen für eine auf bestimmte Unternehmen ausgerichtete Werbeaktion. Nummer 3 enthält die Bedingung, dass die Werbung mindestens eine der folgenden Fälle betrifft:

- landwirtschaftliche Überschusserzeugnisse,
- neue Erzeugnisse oder Ersatzerzeugnisse, die nicht überschüssig sind,
- Entwicklung bestimmter Gebiete,
- Entwicklung der kleinen und mittleren Unternehmen,
- Werbung für Qualitätserzeugnisse und gesunde Nahrungsmittel.

- (140) Schließlich sollte die Beihilfeintensität nach Nummer 4 der Werberahmenregelung 50% der förderfähigen Ausgaben nicht überschreiten.

- (141) Zu diesem Zeitpunkt ist es auf der Grundlage der der Kommission für den Zeitraum vor 2002 vorliegenden

Angaben unmöglich, die Vereinbarkeit der Werbemaßnahmen mit den vorstehenden Vorschriften zu beurteilen (siehe Nummer (67)). Deshalb werden die österreichischen Behörden gebeten, die erforderlichen Auskünfte zu den vorgenannten Bedingungen zu übermitteln.

- (142) Die Kommission hegt insbesondere Zweifel hinsichtlich der Kriterien für den Verstoß gegen Artikel 34 AEUV. In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass in der vorläufigen Beurteilung der Kommission der Verweis auf den nationalen Ursprung auf dem Gütesiegel nicht untergeordnet zu sein scheint (siehe Nummer (59)). Außerdem wird auf den Ursprung des Erzeugnisses in einem großen Teil des Werbematerials nicht nur im Gütesiegel, sondern auch anderswo in der Anzeige verwiesen (siehe Nummer (60)). Deshalb sollten die österreichischen Behörden das Aussehen des Gütesiegels und des Biozeichens im Zeitraum 1995-2001 beschreiben und einschlägige Beispiele für Werbematerial vorlegen, in dem die Siegel verwendet wurden.
- (143) Des Weiteren geht aus den verfügbaren Beispielen hervor, dass auch in generischer Werbung auf den Ursprung des Erzeugnisses und bestimmte Unternehmen verwiesen wird (siehe Nummern (76) und (77)). In diesem Zusammenhang werden die österreichischen Behörden gebeten, eingehende Auskünfte zu übermitteln, die einschlägiges Werbematerial umfassen.
- (144) Schließlich schienen die Siegel auf der Grundlage des AMA-Gesetzes und den Beschwerdeführern zufolge nur für nationale Erzeugnisse zur Verfügung zu stehen (siehe vorstehende Nummern (56) - (57)), was möglicherweise einen Verstoß gegen Artikel 34 AEUV darstellen würde. Deshalb werden die österreichischen Behörden gebeten, zu erläutern, ob es eine solche Einschränkung gab.

3.4.2.3. Beihilfen für die Werbung im Zeitraum 2002 - 2006

- (145) Für den Zeitraum 1.1.2002 - 31.12.2006 müssen die Werbetätigkeiten den Bedingungen des alten Gemeinschaftsrahmens entsprechen. Gemäß Nummer 18 des alten Gemeinschaftsrahmens werden die Beihilfen zur Förderung des Absatzes landwirtschaftlicher Erzeugnisse und zur Werbung hierfür gemäß den Bestimmungen der Werberahmenregelung geprüft. Gemäß Nummer 69 der Werbeleitlinien gelten sie ab 1. Januar 2002 und gemäß Nummer 75 ersetzen sie die Mitteilung und die Werberahmenregelung. Die Kommission gründet ihre Beurteilung für den Zeitraum 1. Januar 2002 - 31. Dezember 2006 daher auf die Werbeleitlinien.
- (146) Gemäß Nummer 12 der Werbeleitlinien sollten Beihilfen für die Werbung für landwirtschaftliche und andere Produkte, um mit dem Gemeinsamen Markt vereinbar angesehen zu werden, nicht den Handel in einer Weise verändern, die dem gemeinsamen Interesse zuwiderläuft (negative Kriterien), und die Entwicklung bestimmter Wirtschaftszweige oder Wirtschaftsgebiete erleichtern (positive Kriterien).

Negative Kriterien

- (147) Gemäß Nummer 18 der Werbeleitlinien kann keine Beihilfe für eine Werbekampagne gewährt werden, die gegen Artikel 34 AEUV verstößt, wonach mengenmäßige Einfuhrbeschränkungen sowie alle Maßnahmen gleicher Wirkung zwischen den Mitgliedstaaten verboten sind.
- (148) Die Beihilfen dürfen nicht für Werbeaktionen gewährt werden, die die Erzeugnisse eines oder mehrerer bestimmter Unternehmen direkt betreffen. Wird die Durchführung von mit öffentlichen Mitteln finanzierten Werbemaßnahmen in die Hände von privaten Unternehmen gelegt, muss die Auswahl der betreffenden privaten Unternehmen anhand von Marktgrundsätzen erfolgen (Nummern 29 und 30 der Werbeleitlinien).

Gütesiegel und Biozeichen

- (149) Werbekampagnen, die Qualitätserzeugnisse betreffen und Hinweise auf den Ursprung der Erzeugnisse enthalten, können genehmigt werden, sofern die Hinweise auf den nationalen Ursprung der den Verbrauchern durch die Kampagne vermittelten Hauptwerbepotschaft untergeordnet sind und nicht den eigentlichen Grund darstellen, warum Verbraucher zum Kauf des Produktes animiert werden (siehe Nummer 22 der Werbeleitlinien). Gemäß Nummer 23 der Werbeleitlinien ist die Angabe des Herstellerlandes durch Wörter oder Symbole zulässig, sofern ein angemessenes Gleichgewicht zwischen Verweisen auf Eigenschaften und Sorten des Produktes einerseits und auf seinen nationalen Ursprung andererseits gewahrt wird. Die Hinweise auf den nationalen Ursprung sollten der den Verbrauchern durch die Kampagne vermittelten Hauptwerbepotschaft untergeordnet sein und nicht den eigentlichen Grund darstellen, warum Verbraucher zum Kauf des Produktes animiert werden. Werbung, in der der (regionale) Ursprung des Produktes als eine untergeordnete Botschaft enthalten ist, stellt keinen Verstoß gegen Artikel 34 AEUV dar (Nummer 41).
- (150) Werden Beihilfen für Erzeugnisse gewährt, die bestimmte Qualitätsanforderungen erfüllen, müssen die Beihilfen für alle in der Gemeinschaft angebauten bzw. hergestellten Erzeugnisse zur Verfügung stehen, ungeachtet ihres Ursprungs. Darüber hinaus müssen die Mitgliedstaaten die Ergebnisse von vergleichbaren Kontrollen anerkennen, die in anderen Mitgliedstaaten durchgeführt werden (Nummer 49 der Werbeleitlinien).
- (151) Gemäß Nummer 55 werden Beihilfen für Erzeugnisse, die als ökologisch angebaut gekennzeichnet sind, nur dann genehmigt, wenn sie die Vorschriften der Verordnung (EWG) Nr. 2092/91 des Rates erfüllen. Alle Erzeuger und Verarbeiter von Produkten aus ökologischem Landbau unterliegen dem in der Verordnung vorgesehenen Kontrollverfahren.
- (152) Bei den mit Mitteln der öffentlichen Hand finanzierten Werbekampagnen ist das sekundäre Gemeinschaftsrecht einzuhalten, insbesondere die Bestimmungen der Richtlinie 2000/13/EG (Nummern 25-27 der Werbeleitlinien).

- (153) Bei Anwendung der vorgenannten Vorschriften auf die Werbemaßnahmen für das Biozeichen und das Gütesiegel kommt die Kommission zu folgenden vorläufigen Schlussfolgerungen:
- (154) Auf dem Gütesiegel und auf einer der zwei Versionen des Biozeichens wird der Ursprung des Erzeugnisses angegeben, aber diese Werbebotschaft kann als der Hauptwerbebotschaft betreffend die Erzeugnisqualität untergeordnet angesehen werden. In diesem Zusammenhang stellt die Kommission hinsichtlich der Gestaltung der Siegel fest, dass die Mitte der Siegel von dem Feld ausgefüllt wird, in dem die Wörter ‚AMA Gütesiegel‘ oder ‚BIO‘ dominieren, und dass der Ursprung des Erzeugnisses in viel kleineren Buchstaben angegeben wird. Die Seitenfelder tragen die nationalen Farben, d.h. rot und weiß für Österreich ohne zusätzliche Symbole zur Identifizierung des Erzeugnislandes. Das mittlere Feld befindet sich nicht nur an visuell dominierender Stelle des Siegels, sondern nimmt auch rund 65 % der Gesamtlänge des Siegels ein (siehe Nummer (58)). Die österreichischen Behörden haben weiterhin erklärt, dass in allen Werbemaßnahmen bezüglich beider Siegel die Erzeugnisqualität die Hauptwerbebotschaft und der Ursprung des Erzeugnisses - sofern angegeben - nur die untergeordnete Botschaft ist (siehe Nummer (72)).
- (155) Den österreichischen Behörden zufolge wurde das Biozeichen nur ökologischen Erzeugnissen verliehen, die die Kriterien der Verordnung (EWG) Nr. 2092/91 erfüllen (siehe Nummer (63)).
- (156) Die österreichischen Behörden haben zugesichert, dass bei der subventionierten Werbung die Bestimmungen der Richtlinie 2000/13/EG befolgt würden (siehe Nummer (62)).
- (157) Die subventionierten Werbemaßnahmen betreffen nicht die Erzeugnisse eines oder mehrerer bestimmter Unternehmen. Die österreichischen Behörden haben angegeben, dass bei den am Verkaufsort durchgeführten Werbemaßnahmen darauf geachtet wird, dass keine Unternehmen oder Erzeugnisse namentlich genannt würden und dass der Besitzer des Verkaufsortes von der Beihilfe nicht profitiere (siehe Nummer (71)).
- (158) Die österreichischen Behörden haben angegeben, dass alle von der AMA-Marketing finanzierten Werbemaßnahmen von im Rahmen von Ausschreibungsverfahren ausgewählten Privatunternehmen durchgeführt werden (siehe Nummer (42)).
- (159) Des Weiteren darf das Gütesiegel den österreichischen Behörden zufolge auf allen in der Union erzeugten Produkten verwendet werden, sofern die besonderen Anforderungen für die Verwendung des Siegels erfüllt sind. Die besonderen Anforderungen für die Erzeugnisse, die ein Qualitätssiegel erhalten können, betreffen entweder die Qualität des Erzeugnisses oder scheinen sich darauf zu beschränken, den auf dem Erzeugnis angegebenen geografischen Ursprung zu gewährleisten. Auf jeden Fall können die besonderen Anforderungen unabhängig vom geografischen Ursprung des Erzeugnisses erfüllt werden (siehe Nummern (57) und (61)).
- (160) Derzeit ist der Kommission nicht bekannt, ob vergleichbare Kontrollen, die in anderen Mitgliedstaaten durchgeführt wurden, anerkannt wurden. Die österreichischen Behörden werden daher gebeten, diese Angabe zu übermitteln.
- (161) Obwohl die österreichischen Behörden zugesichert haben, dass das Gütesiegel und das Biozeichen ab 2002 allen Erzeugnissen ungeachtet ihres Ursprungs zur Verfügung stünden, hegt die Kommission immer noch Zweifel, weil der Verweis auf nationale Erzeugnisse in der wesentlichen Rechtsgrundlage für die Maßnahmen, dem AMA-Gesetz, erst 2007 gestrichen wurde (siehe Nummer (57)). Daher sollten die österreichischen Behörden nachweisen, dass die Siegel ab 2002 tatsächlich allen Erzeugnissen zur Verfügung standen, indem sie zum Beispiel Angaben über die Anzahl nicht österreichischer Erzeugnisse übermitteln, denen die Siegel nach 2002 verliehen wurden. Zusätzlich werden sie gebeten, den genauen Wortlaut der neuen Richtlinien zu zitieren, denen zufolge die Siegel für alle Erzeugnisse zur Verfügung stehen.
- (162) In diesem Zusammenhang möchte die Kommission die österreichischen Behörden auffordern, im nachhinein nachzuweisen, dass allen von ihnen im Voraus eingegangenen Verpflichtungen und Zusicherungen betreffend die staatliche Beihilferegulation NN 34A/2000 tatsächlich entsprochen worden ist.
- (163) Des Weiteren ist darauf hinzuweisen, dass sich die vorstehende erste Beurteilung der Erfüllung der Anforderungen der Werbeleitlinien (siehe Nummern (154) – (159)) auf die Angaben in der Anmeldung der Beihilferegulation NN 34A/2000 gründet. In dieser Anmeldung gingen die österreichischen Behörden davon aus, dass diese Anforderungen ab dem 26.9.2002 erfüllt wurden, dem Zeitpunkt, an dem die neuen AMA-Richtlinien in Kraft traten. Wie jedoch unter vorstehender Nummer (15) ausgeführt, ist nicht deutlich, ob an diesem Zeitpunkt mit der Anwendung der neuen AMA-Richtlinien begonnen wurde, d.h. ob die Beihilfemaßnahmen bereits ab dem 26.9.2002 auf der Grundlage der neuen Richtlinien gewährt wurden oder ob es eine Übergangszeit nach dem 26.9.2002 gab, während der die Beihilfen weiterhin gemäß den alten Vorschriften gewährt wurden. Deshalb werden die österreichischen Behörden gebeten, die einschlägigen Auskünfte zu übermitteln, anhand derer die Kommission feststellen könnte, ab welchem Zeitpunkt die vorgenannten Bedingungen der Werbeleitlinien als eingehalten gelten können. Dieselben Auskünfte sollten für alle AMA-Marketingmaßnahmen im Rahmen der Beihilferegulation NN 34A/2000 (d.h. auch hinsichtlich der Beihilfe für Qualitätserzeugnisse und der Maßnahmen der technischen Hilfe) sowie die Finanzierung der Maßnahme durch parafiskalische Abgaben übermittelt werden.

Werbekampagnen außerhalb Österreichs und generische Werbung in Österreich, 2002-2004

- (164) Genehmigt werden können von einem Mitgliedstaat direkt oder indirekt auf dem Markt eines anderen Mitgliedstaats organisierte Werbekampagnen oder auf dem Binnenmarkt eines Mitgliedstaats organisierte Werbekampagnen, mit denen für das Produkt in ganz allgemeiner Weise und ohne Bezugnahme auf seinen nationalen Ursprung geworben wird (Nummer 19 Buchstaben a bis b der Werbeleitlinien).
- (165) Die Kommission ist Werbekampagnen gegenüber positiv eingestellt, die durchgeführt werden, um den Verbrauchern die landwirtschaftlichen und anderen Erzeugnisse eines bestimmten Mitgliedstaats oder einer bestimmten Region vorzustellen. Bei solchen Kampagnen kann der Ursprung der betreffenden Erzeugnisse im Mittelpunkt stehen, vorausgesetzt, die Kampagne wird außerhalb des Mitgliedstaats oder der Region durchgeführt, in dem bzw. in der die landwirtschaftlichen und anderen Erzeugnisse produziert werden. Die Kampagnen sollten sich darauf beschränken, die objektiven Eigenschaften der betreffenden Erzeugnisse zu präsentieren und sollten keine subjektiven Behauptungen über die Qualität der Erzeugnisse enthalten (Randnummern 35-39 der Werbeleitlinien).
- (166) Auf der Grundlage der der Kommission für den Zeitraum 2002-2004 vorliegenden Angaben über die generische Werbung und die Werbung außerhalb Österreichs (siehe Kapitel 2.7.1.2 und 2.7.1.3) ist es unmöglich, die Vereinbarkeit der Maßnahmen mit den Bedingungen der Randnummern 29, 30, 19 Buchstabe b und 39 der Werbeleitlinien zu beurteilen.
- (167) Deshalb werden die österreichischen Behörden gebeten, die erforderlichen Auskünfte zu den vorgenannten Bestimmungen zu übermitteln.

Positive Kriterien

- (168) Gemäß Nummer 31 der Werbeleitlinien müssen solche Beihilfen auch die Entwicklung bestimmter Wirtschaftszweige oder Wirtschaftsgebiete fördern, um als Ausnahmen im Sinne von Artikel 107 Absatz 3 Buchstabe c AEUV zu gelten. Diese Bedingung wird als erfüllt erachtet, wenn die subventionierte Werbung einen der in Nummer 32 der Werbeleitlinien genannten Fälle betrifft. Diese umfassen Werbung, die kleine und mittlere Unternehmen, landwirtschaftliche Überschusserzeugnisse, neue Erzeugnisse oder Ersatzerzeugnisse, die nicht überschüssig sind, sowie Qualitätserzeugnisse betrifft. In Nummer 47 der Werbeleitlinien wird festgelegt, dass solche Erzeugnisse Anforderungen bzw. Normen erfüllen sollten, die deutlich höher oder spezifischer sind als die in den relevanten Bestimmungen der Gemeinschaft oder des Mitgliedstaats festgelegten.
- (169) Gemäß Nummer 60 der Werbeleitlinien sollte bei der Förderung von Werbemaßnahmen die direkte Beihilfe (aus allgemeinen öffentlichen Haushaltsmitteln) grundsätzlich nicht mehr als 50 % betragen, wobei die Unternehmen des betreffenden Sektors mindestens 50 % zu

den Kosten beizusteuern haben. Der Sektorbeitrag kann auch durch parafiskalische Abgaben oder Pflichtbeiträge erhoben werden.

- (170) Bei der Beihilfe für das Gütesiegel und das Biozeichen scheinen diese Bedingungen wie folgt erfüllt zu werden. Die österreichischen Behörden haben erklärt, dass die Beihilfen für die vorerwähnten Werbekampagnen entweder Bio-Erzeugnisse, die den in der Verordnung (EWG) Nr. 2092/91 des Rates genannten Anforderungen gerecht werden, oder Erzeugnisse, die bestimmte Qualitätsnormen erfüllen, betreffen (siehe Nummern (63) and (64)).
- (171) Die österreichischen Behörden haben angegeben, dass die Qualitätsnormen den in Artikel 24a Buchstabe b der Verordnung (EG) Nr. 1257/1999 in der Fassung der Verordnung (EG) Nr. 1783/2003 genannten Anforderungen gerecht werden (siehe Nummer (64)). Die Kommission ist der Auffassung, dass die Qualitätsnormen, die den in Artikel 24a genannten Anforderungen entsprechen, die unter Nummer 47 der Werbeleitlinien genannten Bedingungen erfüllen.
- (172) Die Maßnahmen wurden jedoch bereits seit dem 26.9.2002 angewandt, d. h. sie wurden vor dem Inkrafttreten der vorerwähnten Verordnung (EG) Nr. 1783/2003 eingeführt. Um den Zeitraum vor dem Inkrafttreten der Verordnung zu erfassen, haben die österreichischen Behörden eine ausführliche Beschreibung der Qualitätskriterien gegeben, die auf die das Gütesiegel tragenden Erzeugnisse Anwendung finden (siehe Nummer (64)). Die Kommission stellt fest, dass die Erzeugnisse, die die mit der Gütesiegelnutzung verbundenen Qualitätskriterien erfüllen, den höheren Normen im Sinne von Nummer 47 der Werbeleitlinien entsprechen.
- (173) Die Beihilfen decken 100 % der Kosten einzelner Werbekampagnen (siehe Nummer (91)). Die Finanzierung erfolgt allerdings ausschließlich durch parafiskalische Beiträge der Erzeuger und nicht durch allgemeine öffentliche Haushaltsmittel (siehe Nummer (43)). Aus diesem Grund kann der Schluss gezogen werden, dass alle mit den Werbemaßnahmen im Zusammenhang stehenden Kosten ausschließlich von den Erzeugern getragen werden, ohne dass auf allgemeine öffentliche Haushaltsmittel zurückgegriffen wird. Unter diesen Umständen und in Anbetracht der Tatsache, dass gemäß den Werbeleitlinien der Beitrag der Erzeuger durch Entrichtung parafiskalischer Abgaben geleistet werden kann, scheint der 100 %-Satz annehmbar zu sein.
- (174) Hinsichtlich der generischen Werbung und der Werbung außerhalb Österreichs ist es auf der Grundlage der der Kommission für den Zeitraum 2002-2004 vorliegenden Angaben unmöglich, die Vereinbarkeit der Werbemaßnahmen mit den vorstehenden Vorschriften zu beurteilen. Deshalb werden die österreichischen Behörden gebeten, die erforderlichen Auskünfte zu der Bedingung in Nummer 32 der Werbeleitlinien zu übermitteln.

Kofinanzierte Maßnahmen betreffend das Biozeichen

- (175) Die Kommission verfügt nicht über ausreichende Informationen, um zu beurteilen, ob die Vorschriften über die staatlichen Beihilfen auf die in vorstehender Nummer (73) genannten kofinanzierten Maßnahmen zur Förderung des Biozeichens anwendbar sind. Zu diesem Zweck werden die österreichischen Behörden gebeten, weitere Auskünfte über die EU-Mittel, mit denen die Maßnahmen kofinanziert wurden, sowie über die Dauer des Programmplanungszeitraums zu übermitteln.

3.4.2.4. Beihilfen für die Werbung im Zeitraum 2007 - 2008

- (176) Bei der Würdigung der nach dem 1.1.2007 gewährten staatlichen Beihilfen zur Werbung für landwirtschaftliche Erzeugnisse wendet die Kommission Abschnitt VI.D der Rahmenregelung an.

Werbung für Qualitätserzeugnisse

- (177) Gemäß Nummer 153 der Rahmenregelung werden staatliche Beihilfen für Werbekampagnen innerhalb der Gemeinschaft von der Kommission als mit dem Vertrag vereinbar erklärt, wenn die folgenden Bedingungen erfüllt sind:

- a) Die Werbekampagne betrifft Qualitätserzeugnisse, d. h. Erzeugnisse, die die Kriterien gemäß Artikel 32 der Verordnung (EG) Nr. 1698/2005⁽³⁹⁾ erfüllen, gemeinschaftlich anerkannte Bezeichnungen (geschützte Ursprungsbezeichnungen (g.U.), geschützte geographische Angaben (g.g.A.) oder andere gemeinschaftsrechtlich geschützte Ursprungsbezeichnungen) oder nationale oder regionale Gütezeichen;
- b) die Werbekampagne ist nicht Erzeugnissen eines oder mehrerer Unternehmen vorbehalten;
- c) die Werbekampagne steht im Einklang mit Artikel 2 der Richtlinie 2000/13/EG sowie gegebenenfalls den spezifischen Etikettierungsvorschriften für bestimmte Erzeugnisse wie Wein, Milcherzeugnisse, Eier und Geflügel (vgl. Nummer 152 Buchstabe j der Rahmenregelung).

- (178) Gemäß Nummer 155 der Rahmenregelung kann im Falle nationaler oder regionaler Gütezeichen der Ursprung der Erzeugnisse als Werbebotschaft mit untergeordnetem Charakter angegeben werden. Um beurteilen zu können, ob der Ursprung tatsächlich eine untergeordnete Werbebotschaft darstellt, wird die Kommission die Gesamtbedeutung von Text und/oder Symbolen (einschließlich Bildern und allgemeinen Darstellungen), welche sich auf

den Ursprung beziehen, und die Bedeutung von Text und/oder Symbolen, die sich auf das einzigartige Werbeargument (d. h. den Teil der Werbebotschaft, der nicht auf den Ursprung abzielt) beziehen, berücksichtigen.

- (179) Gemäß Nummer 156 der Rahmenregelung darf der Satz der Direktbeihilfeintensität 50 % nicht überschreiten. Wenn der Sektor mindestens 50 % der Kosten trägt, und zwar unabhängig von der Form des Beitrags, kann der Beihilfesatz auf 100 % der zuschussfähigen Kosten erhöht werden.

- (180) Gemäß Nummer 158 sind Werbemaßnahmen mit einem Jahresbudget von über 5 Mio. EUR einzeln mitzuteilen.

- (181) Zu diesem Zeitpunkt verfügt die Kommission nicht über ausreichende Informationen, um zu beurteilen, ob diese Bedingungen eingehalten werden. Deshalb werden die österreichischen Behörden gebeten, die erforderlichen Auskünfte zu übermitteln, um aufzuzeigen, dass die Maßnahmen betreffend die Werbung für Qualitätserzeugnisse geändert worden sind, um den vorgenannten Bedingungen der Rahmenregelung zu entsprechen. In diesem Zusammenhang hegt die Kommission bestimmte Zweifel an der Erfüllung derjenigen Bedingungen, die von den Anforderungen des alten Gemeinschaftsrahmens abweichen. Die Kommission macht die österreichischen Behörden insbesondere auf die Änderungen gemäß Nummer 153 Buchstabe c zweiter Satzteil, Nummer 155 zweiter Satz und Nummer 158 der Rahmenregelung aufmerksam.

- (182) Die Kommission stellt in diesem Zusammenhang fest, dass die Werbemaßnahmen für das Biozeichen Ende 2006 abgelaufen sind und somit keiner Würdigung anhand der Rahmenregelung unterliegen (siehe Kapitel 1.1.4).

Generische Werbung

- (183) Die Vorschriften über die generische Werbung und die Werbung außerhalb Österreichs sind derzeit nicht relevant, weil die Beihilfemaßnahmen, die diese Tätigkeiten betrafen, offensichtlich 2004 mit der Genehmigung der Beihilferegelung N 239/2004 abgelaufen sind, wie unter Nummer (29) ausgeführt.

3.4.3. Technische Hilfe und Beihilfe für Qualitätserzeugnisse im Zeitraum 1995 - 1999

- (184) Seit dem 1. Januar 2000 gelten spezielle Rahmenregelungen für den Agrarsektor. Somit ist die Vereinbarkeit der vor dem 1. Januar 2000 gewährten Beihilfen nach Maßgabe der ständigen Kommissionspraxis zu beurteilen (siehe vorstehende Nummer (126)).

⁽³⁹⁾ Verordnung (EG) Nr. 1698/2005 des Rates vom 20. September 2005 über die Förderung der Entwicklung des ländlichen Raums durch den Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER), ABl. L 277 vom 21.10.2005, S. 1.

3.4.3.1. Absatzförderung im weiteren Sinne und Maßnahmen der technischen Hilfe im Zeitraum 1995 - 1999

- (185) Absatzförderungsmaßnahmen im weiteren Sinne wie die Verbreitung wissenschaftlicher Erkenntnisse, die Organisation von Messen und Ausstellungen, die Teilnahme hieran sowie ähnliche Aktionen der Öffentlichkeitsarbeit, einschließlich Umfragen und Marktforschung, sind gemäß Nummer 1.1 der Werberahmenregelung von ihrem Anwendungsbereich ausgeschlossen. Hinsichtlich der Ausgaben für diese Tätigkeiten ist es gängige Kommissionspraxis, eine Beihilfe bis zu 100 % gemäß Artikel 92 Absatz 3 Buchstabe c EG-Vertrag (nunmehr Artikel 107 Absatz 3 Buchstabe c AEUV) als mit dem Gemeinsamen Markt vereinbar zu betrachten⁽⁴⁰⁾.
- (186) Außerdem ist die Kommission in Übereinstimmung mit ihrer Praxis und Politik Beihilfemaßnahmen ohne unmittelbare wirtschaftliche Auswirkungen gegenüber positiv eingestellt, die zur Bereitstellung technischer Hilfe im Agrarsektor dienen. Nach diesen Grundsätzen kann eine Beihilfe bis zu einem höchstzulässigen Satz von 100 % für Tätigkeiten gewährt werden, mit denen u.a. neue Techniken verbreitet werden sollen.
- (187) Die im vorstehenden Kapitel 2.7.3 beschriebenen AMA-Marketingmaßnahmen scheinen unter diese Kategorie zu fallen.

3.4.3.2. Technische Hilfe, Beratungsdienste und Kontrollmaßnahmen für Qualitätserzeugnisse im Zeitraum 1995 - 1999

- (188) Hinsichtlich der Beihilfen für die technische Hilfe und die Beratungsdienste im Zusammenhang mit der Ausarbeitung von Regelungen zur Qualitätssicherung im Erzeugerbetrieb hält die Kommission solche Dienstleistungen für Beihilfemaßnahmen ohne unmittelbare wirtschaftliche Auswirkungen, die die Wettbewerbsbedingungen nicht unmittelbar beeinträchtigen.
- (189) Die in Kapitel 2.7.2 beschriebenen Maßnahmen können als solche Beihilfemaßnahmen ohne unmittelbare wirtschaftliche Auswirkungen angesehen werden, die den Wettbewerb nicht beeinträchtigen.
- (190) Hinsichtlich der Kontrollmaßnahmen, um die Einhaltung der von der Industrie verwalteten Qualitäts- oder Rückverfolgbarkeitsnormen zu gewährleisten, erlaubt die Kommission entsprechend dem Vorgehen, das sie den

Mitgliedstaaten in dem Schreiben über die Tierhaltung⁽⁴¹⁾ mitgeteilt hat, durchgehend Beihilfen in Höhe von bis zu 70 % der Kosten von Kontrollen, die nach nationalem oder gemeinschaftlichem Recht nicht vorgeschrieben sind, und Beihilfen in Höhe von bis zu 100 % der Kosten vorgeschriebener Kontrollen.

- (191) Hinsichtlich dieser Maßnahmen sollten die österreichischen Behörden erläutern, ob die AMA-Kontrollen vorgeschrieben sind oder nicht und, in letzterem Fall, ob die Obergrenze für die Beihilfeintensität eingehalten wurde.

3.4.4. Staatliche Beihilfen für Qualitätserzeugnisse im Zeitraum 2000-2006

- (192) Tätigkeiten im Zusammenhang mit der Entwicklung von Qualitätssystemen und Qualitätskontrollen sind sowohl im Zusammenhang mit dem Biozeichen als auch im Zusammenhang mit dem Gütesiegel förderungswürdig. Solche Förderung stellt eine Beihilfe zur Unterstützung der Erzeugung und Vermarktung von Erzeugnissen hoher Qualität dar, die gemäß Abschnitt 13 des alten Gemeinschaftsrahmens zu beurteilen ist.
- (193) In Abschnitt 13 des alten Gemeinschaftsrahmens sind die Bedingungen aufgeführt, unter denen Beihilfen zur Förderung der Erzeugung und Vermarktung von landwirtschaftlichen Erzeugnissen hoher Qualität gewährt werden können.
- (194) Gemäß Nummer 13.2 des alten Gemeinschaftsrahmens können Beihilfen u.a. für Beratungsleistungen, technische Studien, Durchführbarkeits- und Konzeptstudien und Marktforschungen sowie die Einführung von Qualitätssicherungssystemen gewährt werden. Die Beihilfe darf pro Begünstigten während eines Zeitraums von drei Jahren höchstens 100 000 EUR bzw. bei kleinen und mittleren Unternehmen höchstens 50 % der zuschussfähigen Kosten betragen.
- (195) Die in vorstehendem Kapitel 2.7.2 beschriebenen Kosten scheinen unter Nummer 13.2 des alten Gemeinschaftsrahmens zu fallen. Die Beihilfe für die der Kosten für die Erstellung und den Vertrieb von Qualitätssicherungsdokumenten sowie für die Entwicklung von Informatiksystemen innerhalb der AMA-Marketing würde offensichtlich eine Förderung der Verwaltungskosten der AMA-Marketing darstellen und kann deswegen nicht als staatliche Beihilfe für die Produktion, den Vertrieb oder die Vermarktung von Anhang-I-Erzeugnissen eingestuft werden.
- (196) Wie die österreichischen Behörden in den Auskünften zur Beihilferegelung NN 34A/2000 angegeben haben, übersteigen die Beihilfen für diese Kosten niemals 100 000 EUR je Begünstigten während eines Dreijahreszeitraums (siehe Nummer (92)). Die österreichischen Behörden werden gebeten, die entsprechenden Angaben zu

⁽⁴⁰⁾ Siehe in diesem Zusammenhang zum Beispiel die Entscheidungen der Kommission in den Fällen N 570/1998 (bereits unter vorstehender Nummer (30) zitiert), N 662/1998 (Entscheidung der Kommission vom 30.4.1999, SG(99) D/ 3095) und K(1999) 4227 (Entscheidung der Kommission vom 25.11.1999, ABl. L 37 vom 12.2.2000, S. 31).

⁽⁴¹⁾ Schreiben der Kommission an die Mitgliedstaaten Nr. S/75/29416 vom 29. September 1975.

übermitteln, um nachzuweisen, dass die vorgenannten Zusicherungen tatsächlich eingehalten wurden. Außerdem müssen sie die entsprechenden Angaben auch für den Zeitraum 2000-2001 übermitteln, der nicht durch die für den Fall NN 34A/2000 übermittelten Angaben abgedeckt ist.

(197) Wie in Nummer 13.3 aufgeführt, ist die Kommission der Ansicht, dass für die von den Herstellern routinemäßig durchgeführten Qualitätskontrollen keine Beihilfen gewährt werden sollten. Beihilfen dürfen nur für Kontrollen gewährt werden, die von oder im Namen von Dritten durchgeführt werden, wie etwa durch die zuständigen Ordnungsbehörden oder die Institutionen, die für die Überwachung der Siegel zuständig sind. Gemäß Nummer 13.4 des alten Gemeinschaftsrahmens sind Beihilfen zur Kontrolle der Verfahren des ökologischen Landbaus im Rahmen der Verordnung (EWG) Nr. 2092/91 des Rates bis zu einem Satz von 100 % der tatsächlich entstandenen Kosten zugelassen.

(198) Gemäß Nummer 13.5 des alten Gemeinschaftsrahmens können Beihilfen bis zu einem höchstzulässigen Anfangssatz von 100 % der Kosten für Kontrollen gewährt werden, die von Stellen durchgeführt werden, die für die Überwachung der Verwendung von Gütezeichen und Etikettierungen im Rahmen anerkannter Qualitätssicherungssysteme zuständig sind. Solche Beihilfen sind nach und nach zu reduzieren, so dass sie im siebten Jahr ihres Bestehens auslaufen.

(199) Wie in Nummer (81) beschrieben, wären Beihilfen zur Verbesserung von Qualitätskontrollen für die Kosten für externe Kontrollen der Verwendung des Biozeichens und des Gütesiegels verfügbar, die von speziell für diesen Zweck ausgesuchten Stellen, durchgeführt werden. Die Kosten für Kontrollen, die während des Produktionsprozesses durchgeführt werden, müssen von den Lizenznehmern getragen werden und dürfen nicht gefördert werden. Die Kontrollen der Verwendung des Biozeichens werden zu einem Beihilfesatz von 100 % gefördert. Bei den Kontrollen der Verwendung des Gütesiegels belief sich der Anfangssatz auf 100 % der Kosten und die österreichischen Behörden haben in den Auskünften zur Beihilferegelung NN 34A/2000 bestätigt, dass die Beihilfe 2009 ausläuft.

(200) Die österreichischen Behörden werden aufgefordert, hinsichtlich von Nummer 13.5 zweiter Satz zu bestätigen, dass die Beihilfeintensität nach und nach reduziert wurde, und die Beihilfe tatsächlich nach sieben Jahren, d.h. im Jahre 2009, ausgelaufen ist. Um die gestaffelte Reduzierung der Beihilfe nachzuweisen, müssen sie mitteilen, welcher Beihilfebetrug für die Qualitätskontrollen betreffend das Gütesiegel in jedem der Jahre 2002 bis 2009 angewendet wurde.

(201) Außerdem werden die österreichischen Behörden gebeten, die zu diesem Zeitpunkt fehlenden erforderlichen Angaben zu übermitteln, die es der Kommission erlauben würden, die Vereinbarkeit der Qualitätskontrollmaßnahmen im Zeitraum 2000-2001 mit den Vorschriften der

Nummern 13.3, 13.4 und 13.5 zu überprüfen. Hinsichtlich der Anforderung von Nummer 13.5 zweiter Satz vertritt die Kommission die Ansicht, dass diese Anforderung als erfüllt gelten sollte, weil die 2000 und 2001 geltenden Maßnahmen im Jahr 2002 durch die Maßnahmen der neuen Beihilferegelung NN 34A/2000 ersetzt wurden.

(202) Hinsichtlich des konkreten Bezugszeitraums, für den die unter den Nummern (196) und (199) – (201) angeforderten Auskünfte übermittelt werden sollten, werden die österreichischen Behörden gebeten, die Anmerkungen unter vorstehender Nummer (163) zu berücksichtigen.

(203) Schließlich sollten die österreichischen Behörden hinsichtlich der Einführung eines Qualitätssicherungssystems ISO 90002 (siehe Nummer (82)) angeben, ob diese Maßnahme auch nach 1999 anwendbar war, und wenn ja, werden die österreichischen Behörden gebeten, aufzuzeigen, ob die Maßnahme die Bedingungen von Nummer 13 des alten Gemeinschaftsrahmens erfüllt.

3.4.5. Staatliche Beihilfen für Qualitätserzeugnisse im Zeitraum 2007-2008

(204) Diese Beihilfen sind nach Kapitel IV.J der Rahmenregelung zu beurteilen.

3.4.5.1. Primärerzeuger

(205) Gemäß Nummer 98 der Rahmenregelung kann die Kommission staatliche Beihilfen zur Förderung der Produktion landwirtschaftlicher Qualitätserzeugnisse als mit Artikel 107 Absatz 3 Buchstabe c AEUV vereinbar erklären, wenn die Bedingungen von Artikel 14 der Verordnung (EG) Nr. 1857/2006 ⁽⁴²⁾ insgesamt erfüllt sind.

(206) Gemäß Artikel 14 der Verordnung (EG) Nr. 1857/2006 sind Beihilfen mit dem Gemeinsamen Markt im Sinne von Artikel 107 Absatz 3 Buchstabe c AEUV vereinbar, wenn sie für die zuschussfähigen Kosten gemäß Absatz 2 gewährt werden und die Bedingungen der Absätze 3 bis 6 desselben Artikels erfüllen.

(207) Die Beihilfen zur Förderung der Produktion landwirtschaftlicher Qualitätserzeugnisse können bis zu 100 % der zuschussfähigen Kosten für u.a. folgende Maßnahmen decken:

— Marktforschungstätigkeiten, Produktentwürfe und Produktentwicklungen, (einschließlich Vorbereitung der Beantragung der Anerkennung von geografischen Angaben und Ursprungsbezeichnungen oder Bescheinigungen über besondere Merkmale), die Einführung

⁽⁴²⁾ Verordnung (EG) Nr. 1857/2006 der Kommission vom 15. Dezember 2006 über die Anwendung der Artikel 87 und 88 EG-Vertrag auf staatliche Beihilfen an kleine und mittlere in der Erzeugung von landwirtschaftlichen Erzeugnissen tätige Unternehmen und zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 70/2001, ABL L 358 vom 16.12.2006, S. 3.

von Qualitätssicherungssystemen und die Kosten für die Erstzertifizierung im Rahmen von Qualitätssicherungssystemen;

- die Einführung von Qualitätssicherungssystemen wie die Reihen ISO 9000 und 14000, Verfahren auf der Grundlage der Gefahrenanalyse und der Bestimmung der kritischen Kontrollpunkte (HACCP), Verfahren zur Herkunftssicherung und zur Sicherstellung der Echtheits- und Vermarktungsvorschriften oder Verfahren zur Prüfung der Umweltverträglichkeit;
- die Kosten für die vorgeschriebenen Kontrollen, die gemäß den gemeinschaftlichen oder nationalen Rechtsvorschriften von den zuständigen Behörden oder in deren Namen durchgeführt werden, sofern die Unternehmen diese Kosten nach den Gemeinschaftsvorschriften nicht selbst tragen müssen;
- bis zu den im Anhang der Verordnung (EG) Nr. 1698/2005 festgesetzten Beihilfebeträgen für die in Artikel 32 derselben Verordnung genannten Maßnahmen.

- (208) Die Beihilfen dürfen nur zur Deckung der Kosten von durch Dritte erbrachten Dienstleistungen und/oder von Kontrollen gewährt werden, die durch Dritte oder im Namen Dritter durchgeführt werden, wie etwa durch die zuständigen Ordnungsbehörden oder von diesen beauftragte Stellen oder unabhängigen Einrichtungen, die für die Kontrolle und Überwachung der Verwendung von geografischen Angaben und Ursprungsbezeichnungen, Kennzeichen des ökologischen Landbaus oder Gütezeichen zuständig sind, sofern diese Bezeichnungen und Kennzeichen mit dem Gemeinschaftsrecht in Einklang stehen. Die Beihilfen dürfen nicht für Investitionsausgaben gewährt werden (Artikel 14 Absatz 3 der Verordnung (EG) Nr. 1857/2006).
- (209) Gemäß Artikel 14 Absatz 4 der genannten Verordnung dürfen die Beihilfen nicht für die Kosten von Kontrollen gewährt werden, die der Landwirt oder Hersteller selbst durchführt oder die nach den Gemeinschaftsvorschriften vom Erzeuger oder Hersteller selbst zu tragen sind, ohne dass die tatsächliche Höhe der Gebühren genannt wird.
- (210) Gemäß Artikel 14 Absatz 5 der Verordnung (EG) Nr. 1857/2006 muss die Beihilfe mit Ausnahme der Beihilfen gemäß Absatz 2 Buchstabe f in Form von Sachleistungen durch bezuschusste Dienstleistungen gewährt werden und darf keine direkte Zahlung von Geldbeträgen an die Erzeuger umfassen.
- (211) Die Beihilfe muss allen in dem betreffenden Gebiet in Frage kommenden Personen auf der Grundlage objektiv definierter Kriterien zur Verfügung stehen. Sofern die Dienste von Erzeugergemeinschaften oder sonstigen landwirtschaftlichen Organisationen zur gegenseitigen Unterstützung angeboten werden, darf die Mitgliedschaft in solchen Gruppen keine Voraussetzung für die Inanspruchnahme der Dienste sein und die Beiträge zu

den Verwaltungskosten müssen auf diejenigen Kosten begrenzt sein, die für die Erbringung der Dienste anfallen (Artikel 14 Absatz 6 der Verordnung (EG) Nr. 1857/2006).

- (212) Gemäß Nummer 100 der Rahmenregelung werden staatliche Beihilfen zur Deckung der Kosten zugunsten von Großbetrieben von der Kommission nicht genehmigt.

3.4.5.2. Verarbeitungs- und Vermarktungsunternehmen

- (213) Gemäß Nummer 99 der Rahmenregelung kann die Kommission staatliche Beihilfen zur Förderung der Produktion und Vermarktung landwirtschaftlicher Qualitätserzeugnisse, die Unternehmen gewährt werden, die in den Bereichen Verarbeitung und Vermarktung landwirtschaftlicher Erzeugnisse tätig sind, als mit Artikel 107 Absatz 3 Buchstabe c AEUV vereinbar erklären, wenn die Bedingungen von Artikel 5 der Verordnung (EG) Nr. 70/2001⁽⁴³⁾ insgesamt erfüllt sind. Die Verordnung (EG) Nr. 70/2001 wurde durch die Verordnung (EG) Nr. 800/2008 der Kommission⁽⁴⁴⁾ ersetzt. Gemäß deren Artikel 43 gelten Bezugnahmen auf die Verordnung 70/2001 als Bezugnahmen auf die Verordnung (EG) Nr. 800/2008. Gemäß deren Artikel 45 ist die Verordnung (EG) Nr. 800/2008 am zwanzigsten Tag nach ihrer Veröffentlichung im Amtsblatt der Europäischen Union, d.h. am 29.8.2008, in Kraft getreten. Somit ist zwischen dem 1.1.2007 und dem 29.8.2008 Artikel 5 Buchstabe a der Verordnung (EG) Nr. 70/2001 und ab diesem Zeitpunkt Artikel 26 der Verordnung (EG) Nr. 800/2008 auf die betreffende Beihilfe anwendbar.
- (214) Diese Artikel enthalten dieselben Bedingungen: es sollten Beihilfen für KMU gewährt werden, beihilfefähig sind die Kosten für Beratungsleistungen externer Berater, die Beihilfeintensität darf 50 % der beihilfefähigen Kosten für diese Dienstleistungen nicht überschreiten und dabei darf es sich nicht um Dienstleistungen handeln, die fortlaufend oder in regelmäßigen Abständen in Anspruch genommen werden oder die zu den gewöhnlichen Betriebskosten des Unternehmens gehören, wie routinemäßige Steuer- oder Rechtsberatung oder Werbung.
- (215) Außerdem gilt sowohl für die Primärerzeugung als auch für die Verarbeitung und Vermarktung Folgendes: Gemäß Nummer 101 der Rahmenregelung können Beihilfen für Investitionen, die zur Modernisierung von Produktionseinrichtungen erforderlich sind, einschließlich Investitionen, die zur Verwaltung des Dokumentationssystems und zur Durchführung von Verfahrens- und Produktkontrollen getätigt werden müssen, nur nach den in der Rahmenregelung festgelegten Regeln für Investitionen gewährt werden.

⁽⁴³⁾ Verordnung (EG) Nr. 70/2001 der Kommission vom 12. Januar 2001 über die Anwendung der Artikel 87 und 88 EG-Vertrag auf staatliche Beihilfen an kleine und mittlere Unternehmen, ABL L 10 vom 13.1.2001, S. 33.

⁽⁴⁴⁾ Verordnung (EG) Nr. 800/2008 der Kommission vom 6. August 2008 zur Erklärung der Vereinbarkeit bestimmter Gruppen von Beihilfen mit dem Gemeinsamen Markt in Anwendung der Artikel 87 und 88 EG-Vertrag, ABL L 214 vom 9.8.2008, S. 3.

(216) In diesem Zusammenhang hegt die Kommission Zweifel an der Erfüllung derjenigen Bedingungen, die von den Anforderungen des alten Gemeinschaftsrahmens abweichen. Die Kommission macht die österreichischen Behörden insbesondere auf die folgenden wesentlichen Änderungen aufmerksam: in der Rahmenregelung sind Beihilfen für die Kontrolle der Verfahren des ökologischen Landbaus im Rahmen der Verordnung (EG) Nr. 2092/91 und Beihilfen für Kontrollen, die von anderen Stellen durchgeführt werden, die für die Überwachung der Verwendung von Gütezeichen und Etikettierungen im Rahmen anerkannter Qualitätssicherungssysteme zuständig sind, nicht mehr zulässig. Hierbei verweist die Kommission auf die in vorstehender Nummer (200) aufgeworfene Frage. Außerdem wird besonders auf die Anforderungen gemäß Artikel 14 Absätze 5 und 6 der Verordnung (EG) Nr. 1857/2006 verwiesen. Eine weitere bedeutende Änderung des alten Gemeinschaftsrahmens betrifft die Differenzierung zwischen Primärerzeugung und Verarbeitung und Vermarktung landwirtschaftlicher Erzeugnisse. Hinsichtlich der letzteren dürfen nur Beihilfen für KMU gewährt werden, ist der Geltungsbereich der zuschussfähigen Kosten auf die Beratungsdienste beschränkt und wurde die Beihilfeintensität auf 50 % gesenkt. Bei der Primärerzeugung sind Beihilfen für große Unternehmen nicht zulässig.

(217) Aus den derzeit verfügbaren Angaben geht nicht hervor, ob die österreichischen Behörden die betreffenden Maßnahmen im Jahr 2007 an die vorgenannten Bedingungen der Rahmenregelung und anderen Rechtsvorschriften angeglichen haben. Die österreichischen Behörden werden daher gebeten, weiter Auskünfte zu übermitteln, um nachzuweisen, dass die Qualitätssicherungsmaßnahmen im Zeitraum 2007-2008 den neuen Rechtsvorschriften entsprechen.

3.4.6. Technische Hilfe im Zeitraum 2000-2006

(218) Die Beihilfen für die technische Hilfe werden gemäß Nummer 14 des alten Gemeinschaftsrahmens beurteilt. Gemäß Nummer 14.1 werden solche Beihilfen von der Kommission als ‚Beihilfen ohne unmittelbare wirtschaftliche Auswirkungen‘ angesehen, die langfristig zur wirtschaftlichen Überlebensfähigkeit der Landwirtschaft in der Gemeinschaft beitragen, während sie sich auf die Wettbewerbsbedingungen nur sehr gering auswirken. Solche Beihilfen dürfen bis zu einem höchstzulässigen Satz von 100 % zur Deckung der Kosten u.a. für folgende Tätigkeiten gewährt werden: Veranstaltung landwirtschaftlicher Wettbewerbe, Ausstellungen und Messen, einschließlich Beihilfen zur Deckung der Kosten, die den Landwirten durch die Teilnahme an diesen Veranstaltungen entstehen; sonstige Tätigkeiten für die Verbreitung neuer Methoden wie etwa Pilot- oder Demonstrationsvorhaben in einem angemessen, kleinerem Umfang.

(219) Der gewährte Gesamtbeihilfebetrug sollte 100 000 Euro pro Begünstigten über einen Zeitraum von drei Jahren bzw. im Fall von KMU 50 % der zuschussfähigen Kosten nicht überschreiten, je nachdem, welcher Betrag höher ist (Nummer 14.3 des alten Gemeinschaftsrahmens). Diese

Art der Beihilfen steht allen zuschussfähigen Landwirten in dem betreffenden Gebiet auf der Grundlage objektiv definierter Kriterien zur Verfügung (Nummer 14.2 des alten Gemeinschaftsrahmens).

3.4.6.1. Hinsichtlich des Gütesiegels und des Biozeichens im Zeitraum 2000 - 2006

(220) Hinsichtlich des Biozeichens und des Gütesiegels wurden Beihilfen für allgemeine Informationsvorhaben, PR-Aktivitäten zur Verbreitung allgemeiner Informationen über die Siegel und Qualitätswettbewerbe gewährt werden (siehe Nummern (83) - (86)). Diese Maßnahmen regen offensichtlich die Kunden nicht zum Kauf eines bestimmten Erzeugnisses an. Deswegen scheint es sich hierbei um allgemeine Fördermaßnahmen und Beihilfen ohne unmittelbare wirtschaftliche Auswirkungen, die unter Nummer 14 des alten Gemeinschaftsrahmens fallen, und nicht um Werbemaßnahmen zu handeln.

(221) Beihilfen für Informationsmaßnahmen scheinen unter die Verbreitung von Informationen über neue Methoden zu fallen.

(222) Definitionsgemäß kommen diese allgemeinen Maßnahmen allen die Siegel verwendenden Erzeugern zugute.

(223) Die Kosten für die Maßnahmen der technischen Hilfe scheinen unter Nummer 14.1 des alten Gemeinschaftsrahmens zu fallen. Die österreichischen Behörden haben in den übermittelten Auskünften über die Beihilferegelung NN 34A/2000 mitgeteilt, dass die Beihilfen für diese Kosten niemals 100 000 EUR je Begünstigten während eines Dreijahreszeitraums überschreiten würden (siehe Nummer (92)). Sie werden gebeten, nachträglich einschlägige Angaben zu übermitteln, um nachzuweisen, dass die vorgenannten Zusicherungen tatsächlich eingehalten wurden. Außerdem sollten sie angeben, ob die Anforderungen der Nummern 14.2 und 14.3 auch für den Zeitraum 2000-2001 eingehalten wurden ⁽⁴⁵⁾.

3.4.6.2. Hinsichtlich der generischen Erzeugnisse, 2000 - 2004

(224) Die Kosten für die Maßnahmen der technischen Hilfe für generische Erzeugnisse gemäß den Nummern (87) - (90) scheinen unter Nummer 14.1 des alten Gemeinschaftsrahmens zu fallen. Hinsichtlich der Bedingungen der Nummern 14.2 und 14.3 gibt es keine Angaben für diesen Zeitraum, auf deren Grundlage die Kommission beurteilen kann, ob diese Bedingungen erfüllt sind. Die österreichischen Behörden werden daher gebeten, die erforderlichen Angaben zu übermitteln.

⁽⁴⁵⁾ Hinsichtlich des Bezugszeitraums, für den Auskünfte übermittelt werden sollten, werden die österreichischen Behörden gebeten, die Anmerkungen unter vorstehender Nummer (163) zu berücksichtigen.

3.4.7. Technische Hilfe im Zeitraum 2007-2008

3.4.7.1. Landwirtschaftliche Primärerzeuger

- (225) Gemäß Nummer 103 der Rahmenregelung erklärt die Kommission staatliche Beihilfen für die Bereitstellung technischer Hilfe an Primärerzeuger (Landwirte) als mit Artikel 107 Absatz 3 Buchstabe c AEUV vereinbar, wenn die Bedingungen von Artikel 15 der Verordnung (EG) Nr. 1857/2006 insgesamt erfüllt sind.
- (226) Laut Artikel 15 der Verordnung (EG) Nr. 1857/2006 sind Beihilfen mit dem Gemeinsamen Markt im Sinne von Artikel 107 Absatz 3 Buchstabe c AEUV vereinbar, wenn sie für die zuschussfähigen Ausgaben für die technische Hilfe gemäß Absatz 2 gewährt werden und die Bedingungen der Absätze 3 und 4 desselben Artikels erfüllen.
- (227) Gemäß Artikel 15 Absatz 2 Buchstabe d dürfen bei Veranstaltung von und Teilnahme an Veranstaltungen zum Wissensaustausch zwischen Unternehmen, Wettbewerben, Ausstellungen und Messen Beihilfen zur Deckung der folgenden zuschussfähigen Kosten gewährt werden: Teilnahmegebühren, Reisekosten, Kosten für Veröffentlichungen, Miete für die Ausstellungsräume, symbolische Preise, die im Rahmen von Wettbewerben verliehen werden, bis zu einem Wert von 250 EUR je Preis und Gewinner. Gemäß Artikel 15 Absatz 2 Buchstabe e dürfen Beihilfen gewährt werden für die Verbreitung wissenschaftlicher Erkenntnisse in allgemein verständlicher Form und Sachinformation über Qualitätssysteme, die auch Erzeugnissen aus anderen Ländern offen stehen (bestimmte Unternehmen oder Handelsmarken dürfen nicht genannt und Ursprungsangaben dürfen nicht gemacht werden). Gemäß Artikel 15 Absatz 2 Buchstabe f dürfen Beihilfen gewährt werden für Kosten für Veröffentlichungen wie etwa Kataloge oder Webseiten mit Sachinformationen über Erzeuger aus einer bestimmten Region oder Erzeuger eines bestimmten Produkts, sofern es sich um neutrale und neutral dargebotene Informationen handelt und alle betroffenen Erzeuger gleichermaßen die Möglichkeit haben, in der Veröffentlichung berücksichtigt zu werden.
- (228) Gemäß Artikel 15 Absätze 3 und 4 der Verordnung (EG) Nr. 1857/2006 darf die Beihilfe für technische Hilfe die Kosten zu 100 % abdecken, wenn die folgenden Bedingungen erfüllt werden: die Beihilfe muss in Form von Sachleistungen durch bezuschusste Dienstleistungen gewährt werden und darf keine direkte Zahlung von Geldbeträgen an die Erzeuger umfassen; ferner muss die Beihilfe allen in dem betreffenden Gebiet infrage kommenden Personen auf der Grundlage objektiv definierter Kriterien zur Verfügung stehen; schließlich darf, wenn die technische Hilfe von Erzeugergemeinschaften oder sonstigen Organisationen angeboten wird, die Mitgliedschaft in solchen Gruppen keine Voraussetzung für die Inanspruchnahme der Dienste sein. Die Beiträge von Nichtmitgliedern zu den Verwaltungskosten der betreffenden Erzeugergemeinschaft oder Organisation müssen auf diejenigen Kosten begrenzt sein, die für die Erbringung der Dienste anfallen.

3.4.7.2. Verarbeitungs- und Vermarktungsunternehmen

- (229) Gemäß Nummer 105 der Rahmenregelung kann die Kommission staatliche Beihilfen für die Bereitstellung technischer Hilfe zugunsten von Unternehmen, die in den Bereichen Verarbeitung und Vermarktung landwirtschaftlicher Erzeugnisse tätig sind, als mit Artikel 107 Absatz 3 Buchstabe c AEUV vereinbar erklären, wenn die Bedingungen von Artikel 5 der Verordnung (EG) Nr. 70/2001 insgesamt erfüllt sind. Gemäß Artikel 43 der Verordnung (EG) Nr. 800/2008, die die Verordnung (EG) Nr. 70/2001 ersetzt hat, gelten Bezugnahmen auf die Verordnung (EG) Nr. 70/2001 als Bezugnahmen auf die Verordnung (EG) Nr. 800/2008 ⁽⁴⁶⁾.
- (230) Hinsichtlich der Bedingungen von Artikel 26 der Verordnung (EG) Nr. 800/2008 und Artikel 5 Buchstabe a der Verordnung (EG) Nr. 70/2001 wird auf vorstehende Nummer (214) verwiesen.
- (231) Gemäß Artikel 27 der Verordnung (EG) Nr. 800/2008 und Artikel 5 Buchstabe b der Verordnung (EG) Nr. 70/2001 darf bei Beihilfen für die Teilnahme an Messen oder Ausstellungen die Beihilfeintensität 50 % der beihilfefähigen Kosten nicht überschreiten, wobei als beihilfefähig die Kosten für Miete, Aufbau und Betrieb eines Stands bei der ersten Teilnahme des Unternehmens an einer bestimmten Messe oder Ausstellung gelten.
- (232) Aus den derzeit verfügbaren Angaben geht nicht hervor, ob die österreichischen Behörden im Jahr 2007 die betreffenden Maßnahmen der technischen Hilfe mit den vorgenannten Bedingungen der Rahmenregelung und anderen Rechtsvorschriften in Einklang gebracht haben. Die österreichischen Behörden werden daher gebeten, weitere Auskünfte zu übermitteln, um nachzuweisen, dass die Maßnahmen im Zeitraum 2007-2008 den neuen Rechtsvorschriften entsprechen. In diesem Zusammenhang hat die Kommission Zweifel an der Erfüllung derjenigen Bedingungen, die von den Anforderungen des alten Gemeinschaftsrahmens abweichen. Insbesondere macht die Kommission die österreichischen Behörden auf die folgenden erheblichen Änderungen aufmerksam:
- die Differenzierung zwischen Primärerzeugung und Verarbeitung und Vermarktung landwirtschaftlicher Erzeugnisse. Für letztere dürfen nur Beihilfen für KMU gewährt werden, ist der Umfang der zuschussfähigen Kosten auf die Beratungsdienste sowie Teilnahme an Messen und Ausstellungen begrenzt und wurde die Beihilfeintensität auf 50 % gesenkt;

⁽⁴⁶⁾ Wie in vorstehender Nummer (213) dargelegt, sind zwischen dem 1.1.2007 und dem 29.8.2008 Artikel 5 Buchstaben a und b der Verordnung (EG) Nr. 70/2001 und ab letzterem Zeitpunkt die Artikel 26 und 27 der Verordnung (EG) Nr. 800/2008 auf die betreffende Beihilfe anwendbar. Da diese Artikel jedoch dieselben Bedingungen enthalten, ist eine Differenzierung zwischen den beiden Verordnungen für die beiden vorgenannten Zeiträume nicht erforderlich.

- des Weiteren wurde der Umfang der zuschussfähigen Kosten hinsichtlich der Primärerzeuger geändert (Artikel 15 Absatz 2 der Verordnung (EG) Nr. 1857/2006) und darf die Beihilfe nur in Form von bezuschussten Sachleistungen gewährt werden (Artikel 15 Absatz 3).

3.4.8. Parafiskalische Abgaben

- (233) Da die staatliche Beihilfe durch eine parafiskalische Abgabe finanziert wird, muss die Kommission sowohl die finanzierten Maßnahmen, also die Beihilfe, als auch ihre Finanzierungsweise prüfen. Wenn die Finanzierungsweise der Beihilfe, vor allem durch Pflichtbeiträge, Bestandteil der Beihilfemaßnahme ist, muss die Kommission nach einem Urteil des Gerichtshofs⁽⁴⁷⁾ bei der Untersuchung einer Beihilfemaßnahme auch die Finanzierungsweise der Beihilfe berücksichtigen.
- (234) Damit eine Abgabe oder ein Teil einer Abgabe als Bestandteil einer Beihilfemaßnahme angesehen werden kann, muss nach der einschlägigen nationalen Regelung zwischen der Abgabe und der Beihilfe notwendig ein zwingender Verwendungszusammenhang in dem Sinne bestehen, dass das Abgabenaufkommen zwingend zur Finanzierung der Beihilfe verwendet wird⁽⁴⁸⁾, und die Höhe der Abgabe muss sich unmittelbar auf die Höhe der staatlichen Beihilfe auswirken⁽⁴⁹⁾.

3.4.8.1. Zeitraum 1995 - 2001

- (235) Die Anwendung dieser Kriterien auf die fraglichen Maßnahmen veranlasst die Kommission, Folgendes festzustellen: das erste Kriterium scheint erfüllt zu sein, weil die eingezogenen Abgaben ausschließlich den Vermarktungsbeihilfen zugute kamen (siehe Nummer (43)). Hinsichtlich der Frage, ob sich die Höhe der Abgabe direkt auf die Höhe der staatlichen Beihilfe ausgewirkt hat, verfügt die Kommission nicht über die erforderlichen Angaben, um zu beurteilen, ob dieses Kriterium erfüllt ist. Zu diesem Zweck werden die österreichischen Behörden gebeten, zu erläutern, ob der betreffende Betrag direkt mit den Einnahmen aus der Abgabe verbunden ist oder im Voraus festgesetzt wird oder von den konkreten Vermarktungsbedürfnissen der AMA abhängt.
- (236) Gelangt die Kommission nach Übermittlung der erforderlichen Angaben zu dem Schluss, dass die Abgaben Bestandteil der Beihilfemaßnahme sind, so muss sie prüfen, ob dabei diskriminiert wird zwischen eingeführten und

inländischen Erzeugnissen⁽⁵⁰⁾ oder ausgeführten und im Inland in den Verkehr gebrachten inländischen Erzeugnissen⁽⁵¹⁾. Die österreichischen Behörden werden gebeten, Auskünfte zu diesen Fragen zu übermitteln. Insbesondere sollten sie angeben, ob § 21c Absatz 2 des AMA-Gesetzes, demzufolge Waren, die nicht aus Österreich stammen, von diesen Abgaben befreit sind (siehe Nummer (49)), im Jahre 1995 bereits in Kraft war oder erst mit einer späteren Änderung des Gesetzes eingefügt wurde. Außerdem sollte dargelegt werden, ob die außerhalb Österreichs vermarkteten Erzeugnisse österreichischen Ursprungs von der Maßnahme im gleichen Ausmaß profitieren könnten wie die in Österreich vermarkteten Erzeugnisse.

- (237) Des Weiteren muss überprüft werden, ob die Erhebung der Abgabe nicht den Zielen der gemeinsamen Marktorganisation im Agrarsektor zuwiderläuft. In diesem Zusammenhang muss festgestellt werden, ob die Abgaben die Preise für die inländischen Enderzeugnisse beeinflussen und ob somit inländische Erzeugnisse gegenüber eingeführten Erzeugnissen diskriminiert werden⁽⁵²⁾. Dabei müssen die österreichischen Behörden Angaben übermitteln, aus denen der Prozentsatz der Verkaufspreise hervorgeht, auf den sich die Abgabe beläuft, und sie müssen erläutern, in welchem Maße mögliche negative Auswirkungen der Abgabe durch die positiven Auswirkungen der anschließenden Werbemaßnahmen ausgeglichen werden, die aus derselben Abgabe finanziert werden. Außerdem werden die österreichischen Behörden gebeten, darzulegen, ob die Preise für die jeweiligen Erzeugnisse in großem Maße vom Markt beherrscht werden.

3.4.8.2. Zeitraum 2002 - 2008

- (238) Wie im vorstehenden Kapitel für den Zeitraum 1995-2001 erbeten, sollten die österreichischen Behörden den Kommissionsdienststellen die erforderlichen Auskünfte übermitteln, um feststellen zu können, ob die Finanzierung der Maßnahme durch parafiskalische Abgaben Bestandteil einer Beihilfemaßnahme ist (siehe vorstehende Nummer (235)).
- (239) Hinsichtlich der Frage, ob die Abgabe diskriminierende Wirkung hat, haben die österreichischen Behörden in der Anmeldung der Beihilfereglung NN 34A/2000 zugesichert, dass ausgeführte Erzeugnisse im selben Maße in den Genuss der Abgabe kommen würden wie in Österreich vermarktete inländische Erzeugnisse (siehe Nummer (48)). In diesem Zusammenhang räumt die Kommission ein, dass Werbung sowohl in inländischen als auch ausländischen Medien erscheinen kann und Beihilfen für

⁽⁴⁷⁾ Urteil des Gerichtshofs vom 21. Oktober 2003 in den Verbundenen Rechtssachen C-261/01 und C-262/01, Van Calster [2003] Slg. I-12249, Randnr. 49.

⁽⁴⁸⁾ Urteil des Gerichtshofs vom 13. Januar 2005 in der Rechtssache C-174/02, Streekgewest Westelijk Noord-Brabant [2005] Slg. I-85, Randnr. 26, Urteil des Gerichtshofs vom 27. Oktober 2005 in den Verbundenen Rechtssachen C-266/04 bis C-270/04, C-276/04 und C-321/04 bis C-325/04, Nazairdis SAS e.a./Caisse nationale de l'organisation autonome d'assurance vieillesse des travailleurs non salariés des professions industrielles et commerciales (Organic), Slg. 2005, S. I-9481, Randnrn 46 bis 49.

⁽⁴⁹⁾ Streekgewest Westelijk Noord-Brabant, in vorstehender Fußnote 48 genannt, Randnr. 28, und Urteil des Gerichtshofs vom 15. Juni 2006, Air Liquide, [2006] Slg. I-5293, Randnr. 46.

⁽⁵⁰⁾ Hinsichtlich der Diskriminierung zwischen inländischen und ausgeführten Erzeugnissen, siehe das Urteil des Gerichtshofs vom 23. April 2002 in der Rechtssache C-234/99, Nygard [2002] Slg. I-3657, Randnrn 21-22.

⁽⁵¹⁾ Hinsichtlich der Diskriminierung zwischen inländischen und eingeführten Erzeugnissen siehe das Urteil des Gerichtshofs vom 11. März 1992 in den Verbundenen Rechtssachen C-78/90, C-79/90, C-80/90, C-81/90, C-82/90 und C-83/90, Compagnie Commerciale de l'Ouest [1992] Slg. I-1847, Randnr. 26.

⁽⁵²⁾ Urteil des Gerichtshofs vom 22. Mai 2003, Freskot, C-355/00, S. I-5263, Randnrn 18-32.

Informationen über die Qualität, die Verbreitung wissenschaftlicher Erkenntnisse in allgemein verständlicher Form und die Erstellung von Katalogen mit Sachinformationen über die Erzeuger sowohl Einfuhr- als auch Ausfuhrerzeugnissen gleichermaßen oder ähnlich zugute kommen dürften. Diese allgemeine Annahme, dass die Ausfuhrerzeugnisse in gleichen Maße profitieren, reicht der Kommission jedoch nicht aus, um die nicht diskriminierende Auswirkung der Abgabe anzuerkennen. Daher werden die österreichischen Behörden gebeten, eingehendere Auskünfte zu übermitteln, d.h. anzugeben, in welchem Maße der Anteil der zugunsten von Ausfuhrerzeugnissen verwendeten parafiskalischen Finanzmittel dem Anteil der Ausfuhrerzeugnisse an der Gesamtheit der steuerpflichtigen Erzeugnisse entspricht⁽⁵³⁾.

(240) Hinsichtlich der Einfuhrerzeugnisse ist Folgendes zu berücksichtigen: wenn die Abgabe nur auf inländische Erzeugnisse erhoben wird, kann die Regelung nicht zwischen eingeführten und österreichischen Erzeugnissen unterscheiden und daher auch nicht gegen Artikel 110 AEUV verstoßen. In diesem Zusammenhang nimmt die Kommission die geltenden nationalen Rechtsvorschriften (§ 21c Absatz 2 des AMA-Gesetzes) zur Kenntnis, denen zufolge die Abgabe nur auf in Österreich geborene Tiere erhoben wird (siehe Nummer (49)). Dabei bittet die Kommission die österreichischen Behörden, folgende Fragen über die Bestimmung des Ursprungs der Erzeugnisse im Hinblick auf die Anwendung der Abgabe zu klären:

- ob alle Tiere, die zu irgendeiner Zeit eine andere als eine österreichische Ursprungsbezeichnung erworben haben, von der Abgabe befreit sind;
- ob das Schlachten des Tieres in Österreich und/oder sein Verbleib in Österreich vor dem Schlachten seinen Ursprung von ‚eingeführt‘ in ‚österreichisches Erzeugnis‘ verändert könnte;
- Bestätigung, dass Unternehmen, die nachweisen, dass sie nur mit Einfuhrerzeugnissen arbeiten, von der Entrichtung der Abgabe befreit waren.

(241) Außerdem muss überprüft werden, ob die Erhebung der Abgabe den Zielen der gemeinsamen Marktorganisation im Agrarsektor zuwiderläuft. In Anbetracht vorstehender Erwägungen werden die österreichischen Behörden gebeten, die erforderlichen Auskünfte gemäß vorstehender Nummer (237) zu übermitteln, um aufzuzeigen, ob die Höhe der Abgabe die Preise der Enderzeugnisse beeinflusst hat.

4. SCHLUSSFOLGERUNG

- (242) Nach einer ersten Beurteilung scheinen die AMA-Marketingmaßnahmen alle Merkmale einer staatlichen Beihilfe aufzuweisen und bezweifelt die Kommission auf der Grundlage der unzureichenden Angaben, die derzeit verfügbar sind, dass die Maßnahmen und die Finanzierung dieser Maßnahmen mit dem Binnenmarkt vereinbar sind.
- (243) Folglich ist die Kommission verpflichtet, alle erforderlichen Konsultationen durchzuführen und daher das Verfahren nach Artikel 108 Absatz 2 AEUV einzuleiten. Dadurch erhalten Dritte, auf die sich die Gewährung der Beihilfe auswirken kann, Gelegenheit zur Stellungnahme. Die Kommission wird den Beihilfecharakter der Maßnahme und ihre Vereinbarkeit mit dem Binnenmarkt sowohl unter Berücksichtigung von Angaben des betreffenden Mitgliedstaats als auch der von Dritten übermittelten Informationen prüfen und dann ihren endgültigen Beschluss erlassen.

5. BESCHLUSS

- (244) In Anbetracht der vorstehenden Ausführungen fordert die Kommission die Republik Österreich im Rahmen des Verfahrens nach Artikel 108 Absatz 2 AEUV auf, innerhalb eines Monats nach Eingang dieses Schreibens Stellung zu nehmen und alle für die Würdigung der Beihilfemaßnahme sachdienlichen Informationen zu übermitteln.
- (245) Zugleich ersucht sie die österreichischen Behörden, eine Kopie dieses Schreibens unverzüglich an die potenziellen Begünstigten der Beihilfe weiterzuleiten.
- (246) Die Kommission erinnert die Republik Österreich an die aufschiebende Wirkung von Artikel 108 Absatz 3 AEUV und verweist auf Artikel 14 der Verordnung (EG) Nr. 659/1999 des Rates, wonach alle rechtswidrigen Beihilfen unter Umständen vom Begünstigten zurückzufordern sind.
- (247) Die Kommission weist darauf hin, dass sie die Beteiligten durch Veröffentlichung des vorliegenden Schreibens und einer aussagekräftigen Zusammenfassung dieses Schreibens im *Amtsblatt der Europäischen Union* von dem Vorgang in Kenntnis setzen wird. Alle Beteiligten werden aufgefordert, innerhalb eines Monats ab dem Datum dieser Veröffentlichung Stellung zu nehmen.“

⁽⁵³⁾ Hinsichtlich des Bezugszeitraums, für den Auskünfte übermittelt werden sollten, werden die österreichischen Behörden gebeten, die Anmerkungen unter vorstehender Nummer (163) zu berücksichtigen.