ENTSCHEIDUNG DER KOMMISSION

vom 25. November 1999

über eine Maßnahme die die Bundesrepublik Deutschland zur Förderung des Absatzes landwirtschaftlicher Erzeugnisse Mecklenburg-Vorpommerns durchführen will

(Bekanntgegeben unter Aktenzeichen K(1999) 4227)

(Nur der deutsche Text ist verbindlich)

(2000/132/EG)

DIE KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN —

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft, insbesondere auf Artikel 88 Absatz 2,

nach Aufforderung aller Beteiligten zur Äußerung gemäß dem genannten Artikel [1],

in Erwägung nachstehender Gründe:

I. VERFAHREN

(1) Mit Schreiben vom 24. Dezember 1997 hat Deutschland der Kommission eine Beihilfemaßnahme zur Förderung des Absatzes landwirtschaftlicher Erzeugnisse mitgeteilt. Zusätzliche Informationen wurden der Kommission mit Schreiben vom 20. Mai 1998, 17. September 1998, und 17. Februar 1999 übermittelt.

(2) Da die Beihilfe sowohl Fischereierzeugnisse wie landwirtschaftliche Erzeugnisse betraf, wurde der Vorgang unterteilt. Die staatliche Beihilfe N 22/A/98 (nunmehr C 23/99) bezieht sich auf die Beihilfe für landwirtschaftliche Erzeugnisse. Die staatliche Beihilfe N 22/B/98 betrifft die Beihilfe für Fischereierzeugnisse. Die Kommission hat die staatliche Beihilfe N 22/B/98 mit Schreiben SG (98) D/4799 vom 15. Juni 1998 genehmigt. Die vorliegende Entscheidung bezieht sich lediglich auf die staatliche Beihilfe N 22/A/98 (nunmehr C 23/99).

(3) Die Kommission hat Deutschland mit Schreiben vom 3. Mai 1999 ihren Beschluß mitgeteilt, wegen dieser Beihilfe das Verfahren nach Artikel 88 Absatz 2 EG-Vertrag einzuleiten.

(4) Der Beschluß der Kommission über die Einleitung des Verfahrens wurde im *Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaften* [2] veröffentlicht. Die Kommission hat die Beteiligten zur Äußerung zu der betreffenden Beihilfe aufgefordert.

(5) Deutschland hat sich mit Schreiben vom 8. September 1999 geäußert. Der Kommission sind keine Stellungnahmen von Beteiligten zugegangen.

II. BESCHREIBUNG

(6) Mit der Maßnahme soll die Entwicklung zu marktorientierten Erzeugungsverfahren in der Landwirtschaft von Mecklenburg-Vorpommern unterstützt werden. Besonders kleine und mittlere Unternehmen haben Schwierigkeiten, ihren Produktionsprozeß anzupassen und Marketing zu betreiben. Daher möchte das Land Mecklenburg-Vorpommern die Schwelle für den Einsatz von Marketingmaßnahmen senken und die Marketingfähigkeiten bei den landwirtschaftlichen Unternehmern der Region fördern.

(7) Zu diesem Zweck werden mit der Beihilfe Werbemaßnahmen und Maßnahmen zur Verbesserung der Absatzmöglichkeiten im allgemeinen bezuschußt. Beihilfen werden insbesondere gewährt für:

— die Durchführung des Gaststättenwettbewerbs „Essen und Trinken in M-V“,

— die Entwicklung von Werbekonzepten,

— die Beteiligung an Messen und Warenbörsen,

— die Entwicklung von Qualitäts- und Handelszeichen,

— die Beteiligung an Seminaren und Workshops zur Absatzförderung,

— Marktforschung,

— Werbemaßnahmen (Publikationen) und Absatzförderungsmaßnahmen,

— Vergabe und Pflege eines regionalen Herkunftszeichens,

— Verwendung von Broschüren und Faltblättern.

(8) Beihilfebegünstigte sind Erzeugerzusammenschlüsse, Unternehmen, die in der Verarbeitung und Vermarktung landwirtschaftlicher Erzeugnisse tätig sind, Gesellschaften zur Unterstützung von Absatzförderungsmaßnahmen und landwirtschaftliche Verbände. Gemäß der ursprünglichen Notifizierung mußten Begünstigte ihren Haupt- oder Nebensitz in Mecklenburg-Vorpommern haben, um beihilfefähig zu sein. Die Beihilfe wird in Form von Direktzuwendungen gewährt. Sie beträgt höchstens 50 % der förderfähigen Ausgaben (60 %, wenn es sich bei dem Begünstigten um ein kleines oder mittleres Unternehmen handelt). Der Höchstzuschußbetrag ist 150 000 DEM. Die Maßnahme läuft von 1999 bis 2002.

(9) Die Beihilfe besteht aus verschiedenen Maßnahmen, die in „soft aids“ und eigentliche Absatzförderungs- und Werbebeihilfen unterteilt werden können. In ihrem Beschluß über die Einleitung des Verfahrens nach Artikel 88 Absatz 2 EG-Vertrag hat die Kommission festgestellt, daß sie keine Einwände gegen die Maßnahme vorzubringen hat, soweit sie die eigentlichen Soft aids betrifft. Es handelt sich hier um die Organisation eines Gaststättenwettbewerbs, die Beteiligung an Messen und Warenbörsen, die Beteiligung an Seminaren und Workshops zur Absatzförderung, die Entwicklung von Werbekonzepten, die Entwicklung von Qualitäts- und Handelszeichen sowie Marktforschung.

[1] ABl. C 213 vom 24.7.1999, S. 19.
[2] Vgl. Fußnote 1.

(10) Beihilfen für Absatzförderungs- und Werbemaßnahmen müssen den Kriterien entsprechen, die in der Mitteilung der Kommission betreffend die staatliche Förderung des Absatzes von landwirtschaftlichen und Fischereierzeugnissen [1] (nachstehend: „Mitteilung von 1986“) und, sofern die Förderung Werbemaßnahmen betrifft, in 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 [2] (nachstehend: „Rahmenregelung“) enthalten sind.

(11) Eine der Hauptbedingungen für die Genehmigung von Absatzförderungs- und Werbebeihilfen ist, daß sie Artikel 28 EG-Vertrag entsprechen. Gemäß Nummer 2.3.1 des Anhangs der Mitteilung von 1986 besteht die Gefahr eines Verstoßes gegen Artikel 28 falls in Verkaufsförderungskampagnen „auf den nationalen Ursprung des Erzeugnisses [in übertriebenem Maße] in hingewiesen [wird]. 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 Verweise 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.“

(12) In früheren Entscheidungen [3] kam die Kommission zu dem Schluß, daß die fraglichen Maßnahme mit Artikel 28 des Vertrages vereinbar ist. Die Kommission überprüfte jedoch das von Deutschland als Beispiel zugesandte Material. Das Beispiel besteht in einem Bild landwirtschaftlicher Erzeugnisse, einigen Textzeilen und zwei Zeichen „Mecklenburg-Vorpommern“. Die Werbeaussage lautet „Hier schmeckt's“, „Bei uns kommt alles frisch auf den Tisch“, und weiter heißt es, daß ein guter Boden und ein gemäßigtes Klima die besten Voraussetzungen für eine reiche Ernte von Obst, Gemüse und Kartoffeln sind. Man hatte kaum den Eindruck, daß es sich um eine andere als die Aussage handelt, daß die Erzeugnisse aus Mecklenburg-Vorpommern stammen. Aus diesem Grund hatte die Kommission Zweifel, ob die Hinweise auf die Qualität und die Sorten des Erzeugnisses einerseits und dessen nationalen Ursprung andererseits in einem ausgewogenen Verhältnis zueinander stehen.

(13) Darüber hinaus sah die Maßnahme Beihilfen lediglich für Unternehmen vor, die ihren Haupt- oder Nebensitz in Mecklenburg-Vorpommern besitzen. Nach Artikel 43 EG-Vertrag sind Beschränkungen der freien Niederlassung von Staatsangehörigen eines Mitgliedstaats im Hoheitsgebiet eines anderen Mitgliedstaats verboten. Dieses Verbot gilt auch für Beschränkungen der Gründung von Agenturen, Zweigniederlassungen und Tochtergesellschaften durch Angehörige eines Mitgliedstaats, die im Hoheitsgebiet eines anderen Mitgliedstaats ansässig sind.

Wie der Gerichtshof mehrfach festgestellt hat [4], betrifft dieses Verbot nicht allein die Vorschriften, die sich speziell auf die Ausübung der einschlägigen Berufstätigkeiten beziehen, sondern auch diejenigen, bei denen es um die verschiedenen, für die Ausübung dieser Tätigkeiten nützlichen allgemeinen Befugnisse geht. Die Kommission hatte daher Zweifel hinsichtlich der Vereinbarkeit der Maßnahme mit den Artikeln 43 und 48 EG-Vertrag.

III. **BEMERKUNGEN DEUTSCHLANDS**

(14) In seinem Schreiben vom 8. September 1999 hat Deutschland erklärt, daß das mit der Anmeldung übermittelte Werbematerial im Rahmen der Maßnahme nicht gefördert wurde. Für die Durchführung dieses Teils der Maßnahme würden neue Werbekonzepte entworfen. Die Regeln und Bedingungen für diese Werbetätigkeiten sollen der Mitteilung von 1986 und der Rahmenregelung entsprechen. Über die Durchführung der Beihilfe soll der Kommission ein jährlicher Bericht zugeleitet werden.

(15) Wie Deutschland ferner angeboten hat, wurde der Passus betreffend Haupt- oder Nebensitz in Mecklenburg-Vorpommern als eine Voraussetzung für die Gewährung der fraglichen Beihilfe gestrichen.

(16) Deutschland hat weiterhin mitgeteilt, daß der Haushaltsansatz für die gesamte Maßnahme (staatliche Beihilfen N 22/A/98 und N 22/B/98) auf insgesamt 750 000 DEM/Jahr erhöht worden ist. Von diesen Mitteln sollten für Fischereierzeugnisse 230 000 DEM/Jahr aufgewendet werden, da dieser Anteil der von der Kommission mit Schreiben SG (98) D/4799 genehmigten Beihilfe N 22/B/98 entspreche.

IV. **WÜRDIGUNG DER MASSNAHME**

(17) Nach Artikel 87 Absatz 1 EG-Vertrag sind 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, mit dem Gemeinsamen Markt unvereinbar, soweit sie den Handel zwischen Mitgliedstaaten beeinträchtigen.

(18) Im Rahmen der vorliegenden Maßnahme werden einer begrenzten Gruppe von Begünstigten mit Tätigkeiten im Bereich Vermarktung und Verarbeitung von in der Gemeinschaft gehandelten Erzeugnissen aus staatlichen Mitteln Beihilfen für Absatzförderungsmaßnahmen für landwirtschaftliche Erzeugnisse gewährt. Bei der Maßnahme handelt es sich also eindeutig um eine staatliche Beihilfe im Sinne von Artikel 87 Absatz 1 EG-Vertrag. Deutschland hat dies nicht in Abrede gestellt.

[1] ABl. C 272 vom 28.10.1986.
[2] ABl. C 302 vom 12.11.1987.
[3] Vgl. NN 27/97, Absatzförderrichtlinie, und N 22/B/98, Förderung des Absatzes der Fischereierzeugnisse Mecklenburg-Vorpommerns.
[4] Urteil vom 30. Mai 1989 in der Rechtssache 305/87, Kommission/Griechenland, Slg. 1989, S. 1461.

Artikel 87 Absatz 3 Buchstabe c) EG-Vertrag

(19) Beihilfen zur Förderung der Entwicklung gewisser Wirtschaftszweige oder Wirtschaftsgebiete können von der Kommission gemäß Artikel 87 Absatz 3 Buchstabe c) EG-Vertrag als mit dem Gemeinsamen Markt vereinbar angesehen werden, soweit sie die Handelsbedingungen nicht in einer Weise verändern, die dem gemeinsamen Interesse zuwiderläuft.

Soft aid

(20) Wie in der Beschreibung der Maßnahme angegeben, hat die Kommission keine Einwände gegen die als Soft aids anzusehenden Beihilfen als solche. Die Kommission konnte diesem Teil der Maßnahme wegen ihrer Einwände gegen die Beihilfekriterien nicht zustimmen, nach denen Begünstigte ihren Haupt- oder Nebensitz in Mecklenburg-Vorpommern haben müssen. Da Deutschland an dieser Voraussetzung nicht mehr festhält, entfallen die Einwände der Kommission gegen diese Beihilfe, da die Bedingungen für Ausnahmen nach Artikel 87 Absatz 3 Buchstabe c) erfüllt sind.

Beihilfen für Werbe- und Absatzförderungsmaßnahmen

(21) Die Vergabe und Pflege eines regionalen Herkunftszeichens ist als eine Absatzförderungsmaßnahme anzusehen, die unter die Mitteilung von 1986 und, da es sich auch um eine Werbemaßnahme handelt, ferner unter die Rahmenregelung fällt.

(22) Der Mitteilung von 1986 und der Rahmenregelung ist auch bei der Prüfung von Werbe- und Absatzförderungsmaßnahmen sowohl der Verwendung von Broschüren und Faltblättern Rechnung zu tragen.

(23) Sowohl in der Mitteilung von 1986 als auch in der Rahmenregelung wird darauf hingewiesen, daß Beihilfen für Werbeaktionen nicht als mit dem Gemeinsamen Markt vereinbar angesehen werden können, wenn das Werbematerial gegen Artikel 28 EG-Vertrag verstößt. Außerdem sind nach der Rahmenregelung Beihilfen für die Werbung für bestimmte Unternehmen verboten. Ferner muß die Werbung mindestens einen der folgenden Fälle betreffen:

— 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.

Schließlich sollte die Beihilfeintensität nach der Rahmenregelung 50 % der förderfähigen Kosten nicht überschreiten.

(24) Die Kommission hat das Verfahren nach Artikel 88 Absatz 2 EG-Vertrag eingeleitet, da sie das ihr übermittelte Werbematerial für mit Artikel 28 EG-Vertrag unvereinbar hielt. Deutschland hat jedoch mit Schreiben vom 8. September 1999 zugesichert, daß das mit der Notifizierung übermittelte Werbematerial nicht im Rahmen der Maßnahme gefördert wurde. Stattdessen sollen für diesen Teil der Maßnahme neue Werbekonzepte erarbeitet werden. Die Regeln und Bedingungen für Werbe- und Verkaufsförderungsmaßnahmen, die in der Mitteilung von 1986 und der Rahmenregelung aufgeführt sind, werden eingehalten werden. Der Kommission wird ferner ein jährlicher Bericht über die Durchführung der Beihilfe zugeleitet werden. Die Kommission ist daher nunmehr der Auffassung, daß die Maßnahme mit Artikel 28 EG-Vertrag vereinbar ist.

(25) Deutschland hat zugesagt, daß keine Beihilfen für die Werbung für ein bestimmtes Unternehmen gewährt werden.

(26) Nach der Rahmenregelung müssen die geförderten Werbemaßnahmen mindestens einen der nachstehenden Fälle betreffen:

— landwirtschaftliche Überschußerzeugnisse,

— neue Erzeugnisse oder Ersatzerzeugnisse, die nicht überschüssig sind,

— Entwicklung bestimmter Gebiete,

— Entwicklung der kleinen und mittleren Unternehmen oder

— Werbung für Qualitätserzeugnisse und gesunde Nahrungsmittel.

Die Maßnahme zielt auf die Entwicklung der Landwirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern ab. Die meisten Begünstigten werden kleine oder mittlere Unternehmen sein. Durch die Maßnahme soll der Absatz landwirtschaftlicher Erzeugnisse gefördert werden, zu denen eine erhebliche Anzahl Überschußerzeugnisse gehört. Die Kommission sieht daher diese Bedingung als erfüllt an.

(27) In der Rahmenregelung ist vorgesehen, daß sich die Begünstigten der Beihilfen für Werbemaßnahmen mindestens zu 50 % an den Kosten beteiligen müssen. Nach Ziffer 4.3 der Rahmenregelung besteht jedoch die Möglichkeit, den genannten Höchstsatz der direkten Beihilfe (50 %) vor allem dann zu erhöhen, wenn es sich um Erzeugnisse kleiner und mittlerer Unternehmen handelt.

(28) Nach dem notifizierten Entwurf wird eine Beihilfe von höchstens 50 % gewährt; allerdings ist für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) eine Ausnahme vorgesehen. KMU können Beihilfen in Höhe von 60 % der förderhähigen Kosten erhalten.

(29) Die Basis-Beihilfeintensität entspricht der Rahmenregelung. Die Kommission hat in ähnlichen Fällen Beihilfen für Werbeaktionen für KMU mit einer Beihilfeintensität von 60 % oder sogar 75 % (N 703/95, N 624/95 und NN 27/97) genehmigt. Demnach ist diese Bedingung für die Kommission erfüllt.

Übereinstimmung mit den Artikeln 43 und 48

(30) Wie in Randnummer 13 ausgeführt, hat die Kommission das Verfahren nach Artikel 88 Absatz 2 EG-Vertrag eingeleitet, da das Erfordernis eines Sitzes in Mecklenburg-Vorpommern als Voraussetzung für eine Beihilfe gegen Artikel 43 und gegen Artikel 48 EG-Vertrag verstoßen hätte.

(31) Mit Schreiben vom 8. September 1999 hat Deutschland angegeben, daß die Bedingung eines Sitzes in Mecklenburg-Vorpommern als Voraussetzung für die Förderfähigkeit gestrichen worden ist. Die Kommission sieht die Maßnahme daher als mit den Artikeln 43 und 48 EG-Vertrag vereinbar an.

Erhöhter Haushaltsansatz

(32) Deutschland hat mit seinem Schreiben vom 8. September 1999 schließlich mitgeteilt, daß es beabsichtige die Mittel für diese Maßnahme von 230 000 DEM auf 750 000 DEM/Jahr anzuheben.

(33) Die Aufstockung der Haushaltsmittel verändert nicht die Beurteilung der Maßnahme durch die Kommission, da die Beihilfeintensität gleich bleibt.

V. **SCHLUSSFOLGERUNG**

(34) Nach den von Deutschland vorgenommenen Änderungen steht die Maßnahme aus der Sicht der Kommission in Einklang mit ihrer ständigen Praxis für Soft aids bzw. mit der Mitteilung von 1986 und der Rahmenregelung.

(35) Die Kommission ist daher der Meinung, daß es sich bei dem angemeldeten Vorhaben um eine Maßnahme zur Förderung der Entwicklung gewisser Wirtschaftszweige handelt, die die Handelsbedingungen nicht in einer Weise verändert, die dem gemeinsamen Interesse im Sinne von Artikel 87 Absatz 3 Buchstabe c) zuwiderläuft —

HAT FOLGENDE ENTSCHEIDUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Die von Deutschland geplante Maßnahme zur Durchführung von Werbe- und Absatzförderungsmaßnahmen für Erzeugnisse der Landwirtschaft, Ernährungsindustrie, Forstwirtschaft und Fischwirtschaft — die Richtlinien für die Gewährung von Zuwendungen des Landes zur Förderung des Absatzes und zur Verbesserung der Marktposition land-, ernährungs-, forst-, und fischwirtschaftlicher Erzeugnisse, die ursprünglich mit Schreiben vom 24. Dezember 1997 angemeldet wurden — ist gemäß Artikel 87 Absatz 3 Buchstabe c) EG-Vertrag mit dem Gemeinsamen Markt vereinbar.

Die Durchführung dieser Maßnahme wird daher genehmigt.

Artikel 2

Diese Entscheidung ist an die Bundesrepublik Deutschland gerichtet.

Brüssel, den 25. November 1999

Für die Kommission

Franz FISCHLER

Mitglied der Kommission