Dieses Dokument ist lediglich eine Dokumentationsquelle, für deren Richtigkeit die Organe der Gemeinschaften keine Gewähr übernehmen

►**B**

VERORDNUNG (EG) Nr. 94/2002 DER KOMMISSION

vom 18. Januar 2002

mit Durchführungsvorschriften zur Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 des Rates über Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarerzeugnisse im Binnenmarkt

(ABl. L 17 vom 19.1.2002, S. 20)

Geändert durch:

		Amtsblatt		
		Nr.	Seite	Datum
►**M1**	Verordnung (EG) Nr. 305/2002 der Kommission vom 18. Februar 2002	L 47	12	19.2.2002
►**M2**	Verordnung (EG) Nr. 434/2002 der Kommission vom 8. März 2002	L 67	6	9.3.2002

Berichtigt durch:

►**C1** Berichtigung, ABl. L 78 vom 21.3.2002, S. 20 (94/2002)

▼B

VERORDNUNG (EG) Nr. 94/2002 DER KOMMISSION

vom 18. Januar 2002

mit Durchführungsvorschriften zur Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 des Rates über Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarerzeugnisse im Binnenmarkt

DIE KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN —

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft,

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

in Erwägung nachstehender Gründe:

(1) Es sind Durchführungsvorschriften für die Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarerzeugnisse und ergänzend auch für Lebensmittel im Binnenmarkt zu erlassen.

(2) Zur ordnungsgemäßen Verwaltung sind die Zeitabstände, in denen das Verzeichnis der für die genannten Maßnahmen infrage kommenden Themen und Erzeugnisse erstellt wird, festzulegen.

(3) Um jede Gefahr von Wettbewerbsverzerrungen auszuschließen, sind Leitlinien für den Hinweis auf den besonderen Ursprung der betreffenden Erzeugnisse festzulegen, die Gegenstand der Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen sind.

(4) Es ist das Verfahren festzulegen, nach dem die Programme vorgelegt und die Durchführungsstellen ausgewählt werden, um einen möglichst umfassenden Wettbewerb und einen freien Dienstleistungsverkehr sicherzustellen.

(5) Es sind die Kriterien für die Auswahl der Programme durch die Mitgliedstaaten und ihre Prüfung durch die Kommission festzulegen, um die Einhaltung der Gemeinschaftsvorschriften und die Effizienz der durchzuführenden Maßnahmen zu gewährleisten. Dabei sind insbesondere die Bestimmungen der Richtlinie 92/50/EWG des Rates vom 18. Juni 1992 über die Koordinierung der Verfahren zur Vergabe öffentlicher Dienstleistungsaufträge [2], zuletzt geändert durch die Richtlinie 2001/78/EG der Kommission [3], zu berücksichtigen.

(6) Im Rahmen der Zusammenarbeit mit den Mitgliedstaaten teilt die Kommission dem Verwaltungsausschuss nach Prüfung der Programme die genehmigten Programme und die entsprechenden Mittelzuweisungen mit.

(7) Als Rahmenvorgabe für die durchzuführenden Programme sind allgemeine Ausrichtungen für die betreffenden Kampagnen festzulegen. Diese Kampagnen sollen gemäß Artikel 3 der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 der Information dienen. Unbeschadet der Möglichkeit einer späteren Einbeziehung von anderen, noch festzulegenden Sektoren oder Themen werden diese Ausrichtungen zunächst für eine Reihe signifikanter Sektoren festgelegt. Es werden Leitlinien für den Sektor „Lebende Pflanzen und Waren des Blumenhandels“ aufgestellt.

(8) Damit die Maßnahmen der Gemeinschaft möglichst effizient durchgeführt werden, sind die Kriterien für die Auswahl der Programme so festzulegen, dass eine möglichst große Wirkung erzielt wird.

(9) Bei Programmen, die mehrere Mitgliedstaaten interessieren, sind Maßnahmen vorzusehen, die gewährleisten, dass diese sich im

---

[1] ABl. L 328 vom 21.12.2000, S. 2.
[2] ABl. L 209 vom 24.7.1992, S. 1.
[3] ABl. L 285 vom 29.10.2001, S. 1.

▼B

Hinblick auf die Vorlage und die Prüfung der Programme untereinander abstimmen.

(10) Es sind die Folgen für den Fall festzulegen, dass eine Organisation wegen Ausbleibens der Kofinanzierung durch einen Mitgliedstaat ausgeschlossen wird und die Bestimmungen von Artikel 9 Absatz 3 der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 nicht zur Anwendung kommen; diese Bestimmungen können gegebenenfalls eine Kürzung der Gemeinschaftsfinanzierung umfassen.

(11) Es sind die Kontrollen festzulegen, die von den Mitgliedstaaten bei den von ihnen selbst verwalteten Programmen durchgeführt werden müssen.

(12) Um die ordnungsgemäße Haushaltsführung sicherzustellen, sind die Modalitäten für die finanzielle Beteiligung der Gemeinschaft festzulegen. Insbesondere ist klarzustellen, dass die gesamte finanzielle Beteiligung der Gemeinschaft bei mehrjährigen Programmen 50 % der Gesamtkosten nicht überschreiten darf.

(13) Die Bedingungen für die Durchführung der Verpflichtungen sind innerhalb eines angemessenen Zeitraums in Verträgen zwischen den betreffenden Partnern und den zuständigen nationalen Stellen auf der Grundlage der von der Kommission zur Verfügung gestellten Musterverträge festzulegen.

(14) Um die ordnungsgemäße Ausführung der Verträge zu gewährleisten, ist vom Vertragsnehmer eine Sicherheit in Höhe von 15 % der Beteiligung der Gemeinschaft zugunsten der zuständigen Stelle zu leisten; ebenso ist bei Beantragung eines Vorschusses eine Sicherheit zu leisten.

(15) Es ist die Hauptpflicht im Sinne von Artikel 20 der Verordnung (EWG) Nr. 2220/85 der Kommission [1], zuletzt geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 1932/1999 [2], festzulegen.

(16) Zur Sicherstellung der ordnungsgemäßen Haushaltsführung ist die Beteiligung der Gemeinschaft zu kürzen, wenn die Anträge auf Zwischenzahlungen nicht eingereicht bzw. die Fristen für die Anträge auf Zwischenzahlungen oder für die Zahlungen durch die Mitgliedstaaten nicht eingehalten werden.

(17) Um die ordnungsgemäße Haushaltsführung sicherzustellen und zu vermeiden, dass die Beteiligung der Gemeinschaft bei den laufenden Zahlungen ausgeschöpft wird und dadurch die Abschlusszahlung entfällt, ist vorzusehen, dass sich der Vorschuss und die Zwischenzahlungen auf höchstens 80 % der Beteiligung der Gemeinschaft belaufen. Aus demselben Grund ist der Antrag auf die Abschlusszahlung innerhalb einer bestimmten Frist bei der zuständigen Stelle vorzulegen.

(18) Die Durchführung der Maßnahmen ist durch die Mitgliedstaaten zu kontrollieren und die Kommission ist über die Ergebnisse der in dieser Verordnung vorgesehenen Maßnahmen laufend zu unterrichten. Zur Sicherstellung der ordnungsgemäßen Haushaltsführung ist die Zusammenarbeit zwischen den Mitgliedstaaten vorzusehen, wenn die Maßnahmen nicht in dem Mitgliedstaat der zuständigen vertragschließenden Stelle durchgeführt werden.

(19) Mit der Verabschiedung der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 wurden die Bestimmungen über Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarerzeugnisse im Binnenmarkt harmonisiert und in einem einzigen Text zusammengefasst. Die Durchführungsbestimmungen zu den geltenden sektorspezifischen Regelungen müssen daher ebenfalls harmonisiert und vereinfacht werden. Die derzeit geltenden sektorspezifischen Durchführungsvorschriften für die Absatzförderung von Agrarerzeugnissen sind somit aufzuheben.

---

[1] ABl. L 205 vom 3.8.1985, S. 5.
[2] ABl. L 240 vom 10.9.1999, S. 11.

▼B

(20) Die in dieser Verordnung vorgesehenen Maßnahmen entsprechen der Stellungnahme des gemeinsamen Verwaltungsausschusses „Werbung für landwirtschaftliche Erzeugnisse“ —

HAT FOLGENDE VERORDNUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Als „Programm“ im Sinne von Artikel 6 Absatz 1 und Artikel 7 Absatz 1 der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 gilt ein zusammenhängendes Ganzes von Maßnahmen, das umfassend genug ist, um zur Absatzförderung und zur Information über die betreffenden Erzeugnisse beizutragen.

Artikel 2

(1) Unter Einhaltung der Kriterien gemäß Artikel 3 der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 muss sich die den Verbrauchern und den anderen Zielgruppen vermittelte Werbebotschaft und/oder Information auf die inneren Eigenschaften und/oder Merkmale des betreffenden Erzeugnisses stützen.

(2) Jeder Hinweis auf den Ursprung der Erzeugnisse muss gegenüber der Hauptbotschaft der Kampagne im Hintergrund bleiben. Dagegen ist der Hinweis auf den Ursprung im Rahmen einer Maßnahme zulässig, wenn es sich um eine gemäß den Gemeinschaftsvorschriften erfolgte Bezeichnung oder um einen Hinweis im Zusammenhang mit Erzeugnissen handelt, der zur Veranschaulichung der Absatzförderungs- und Informationsmaßnahmen erforderlich ist.

Artikel 3

Das Verzeichnis der Themen und Erzeugnisse gemäß Artikel 4 der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 wird alle zwei Jahre bis spätestens 31. März erstellt. Das erste Verzeichnis findet sich in Anhang I dieser Verordnung.

Die für die Durchführung dieser Verordnung zuständigen einzelstaatlichen Behörden sind in Anhang II aufgeführt.

Artikel 4

Die Programme gemäß Artikel 1 werden über einen Zeitraum von mindestens einem und höchstens drei Jahren ab Inkrafttreten des betreffenden Vertrags durchgeführt.

Artikel 5

(1) ►**M2** Zur Durchführung der Maßnahmen in den Programmen gemäß Artikel 6 der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 erhalten die betreffenden Mitgliedstaaten auf eine vor dem 15. Juni bzw. zum ersten Mal vor dem 31. März veröffentlichte Aufforderung zur Einreichung von Vorschlägen hin Programme der Branchen- oder Dachverbände der Gemeinschaft aus dem bzw. den betreffenden Sektoren. ◄ Diese Programme berücksichtigen die Leitlinien gemäß Artikel 5 der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 und das zu diesem Zweck von den betreffenden Mitgliedstaaten verbreitete Leistungsverzeichnis mit den Ausschluss-, Auswahl- und Zuschlagskriterien.

Die Leitlinien werden zum ersten Mal in Anhang III dieser Verordnung aufgestellt.

(2) Die Mitgliedstaaten treffen für die sie interessierenden Angebote die notwendigen Maßnahmen, damit die Auftraggeber für die Einhaltung der Bestimmungen der Richtlinie 92/50/EWG sorgen.

(3) Ist ein Informations- und/oder Absatzförderungsprogramm geplant, an dem sich mehrere Mitgliedstaaten beteiligen wollen, so stimmen sich diese ab, um ihre Leistungsverzeichnisse und Aufforderungen zur Einreichung von Vorschlägen miteinander in Einklang zu bringen.

▼B

(4) Nach Vorliegen der Vorschläge erarbeiten die Organisationen gemäß Absatz 1 in Zusammenarbeit mit der bzw. den Durchführungsstelle(n), die sie im Wege eines vom Mitgliedstaat geprüften Wettbewerbs mit den geeigneten Mitteln ausgewählt haben, die Absatzförderungs- und Informationsprogramme.

(5) Bei Programmen, die mehrere Mitgliedstaaten betreffen, stimmen sich die betreffenden Mitgliedstaaten zwecks Auswahl der Programme ab und verpflichten sich, sich an ihrer Finanzierung gemäß Artikel 9 Absatz 2 zu beteiligen.

Artikel 6

Bleibt die Kofinanzierung eines Mitgliedstaats aus und kommt Artikel 9 Absatz 3 der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 nicht zur Anwendung, so wird der Branchen- bzw. Dachverband des betreffenden Mitgliedstaats von dem Programm ausgeschlossen.

Artikel 7

(1) Die Mitgliedstaaten übermitteln der Kommission alljährlich bis spätestens 31. August und zum ersten Mal am 15. Mai das Verzeichnis der ausgewählten Programme und Durchführungsstellen sowie eine Kopie der Programme. Bei Programmen, die mehrere Mitgliedstaaten interessieren, erfolgt die Übermittlung in gegenseitigem Einvernehmen der betreffenden Mitgliedstaaten.

(2) Stellt sich heraus, dass ein vorgelegtes Programm nicht mit den gemeinschaftlichen Rechtsvorschriften oder den Leitlinien gemäß Anhang III vereinbar ist, so teilt die Kommission innerhalb von sechzig Kalendertagen nach Eingang des vorläufigen Verzeichnisses dem bzw. den betreffenden Mitgliedstaaten mit, dass das betreffende Programm ganz oder teilweise nicht förderfähig ist.

(3) Nach Prüfung der Programme unterrichtet die Kommission die gemeinsamen Verwaltungsausschüsse gemäß Artikel 13 der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 bis spätestens 15. November und zum ersten Mal am 31. Juli über die ausgewählten Programme und die entsprechenden Mittelansätze.

(4) Der Branchen- oder Dachverband, der das ausgewählte Programm vorgeschlagen hat, ist für seine ordnungsgemäße Durchführung verantwortlich.

Artikel 8

Im Fall der Anwendung von Artikel 7 der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 wird der Kommission die vorläufige Liste dieser Programme bis spätestens 30. September und zum ersten Mal am 15. Juni übermittelt. Die Unterrichtung der gemeinsamen Verwaltungsausschüsse erfolgt bis spätestens 15. Dezember und zum ersten Mal am 15. September.

Artikel 9

(1) Die finanzielle Beteiligung der Gemeinschaft an den Maßnahmen gemäß Artikel 9 Absatz 1 Buchstabe b) der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 wird wie folgt festgesetzt:

a) bei Programmen mit einjähriger Laufzeit 50 % der tatsächlichen Kosten der Maßnahmen;

b) bei Programmen mit zweijähriger Laufzeit im ersten Jahr 60 % und im zweiten Jahr 40 % der tatsächlichen Kosten der Maßnahmen, wobei sich die Gemeinschaftsbeteiligung jedoch auf höchstens 50 % der Gesamtkosten beläuft;

c) bei Programmen mit dreijähriger Laufzeit im ersten Jahr 60 %, im zweiten Jahr 50 % und im dritten Jahr 40 % der tatsächlichen Kosten der Maßnahmen, wobei sich die Gemeinschaftsbeteiligung jedoch auf höchstens 50 % der Gesamtkosten beläuft.

Die finanzielle Beteiligung wird den Mitgliedstaaten gemäß Artikel 10 Absatz 2 der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 gezahlt.

▼B

(2) Die finanzielle Beteiligung der Mitgliedstaaten an den Maßnahmen gemäß Artikel 9 Absatz 2 der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 beträgt 20 % der tatsächlichen Kosten. Beteiligen sich mehrere Mitgliedstaaten an der Finanzierung, so wird ihr Anteil entsprechend der finanziellen Beteiligung der in ihrem Hoheitsgebiet ansässigen beteiligten Organisation festgesetzt.

Artikel 10

(1) Sobald die in Artikel 6 Absatz 3 Unterabsatz 3 der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 genannte endgültige Liste der von den Mitgliedstaaten ausgewählten Programme erstellt ist, wird jede beteiligte Organisation von dem Mitgliedstaat über die Annahme ihres Antrags informiert. Die Mitgliedstaaten schließen die Verträge mit den ausgewählten Organisationen innerhalb von 30 Kalendertagen. Nach Ablauf dieser Frist kann ohne vorherige Genehmigung der Kommission kein Vertrag mehr geschlossen werden.

(2) Die Mitgliedstaaten verwenden die von der Kommission zur Verfügung gestellten Musterverträge.

(3) Der Vertrag zwischen den beiden Parteien kommt erst zustande, wenn zur Gewährleistung seiner ordnungsgemäßen Ausführung eine Sicherheit in Höhe von 15 % der maximalen jährlichen Beteiligung der Gemeinschaft und des oder der betreffenden Mitgliedstaaten geleistet wurde. Diese Sicherheit ist unter den Bedingungen von Titel III der Verordnung (EWG) Nr. 2220/85 der Kommission zu leisten.

Ist der Vertragsnehmer eine Behörde oder arbeitet er unter der Aufsicht einer Behörde, so kann die zuständige Stelle eine Bürgschaft seiner Aufsichtsbehörde in Höhe des in Unterabsatz 1 genannten Prozentsatzes anerkennen, sofern diese Behörde sich verpflichtet,

— für die ordnungsgemäße Durchführung der eingegangenen Verpflichtungen zu sorgen und

— zu überprüfen, ob die erhaltenen Beträge tatsächlich für die Durchführung der eingegangenen Verpflichtungen verwendet werden.

Der Nachweis der Leistung dieser Sicherheit muss beim Mitgliedstaat innerhalb der Frist gemäß Absatz 1 eingehen.

Die Freigabe der Sicherheit erfolgt gemäß den in Artikel 12 für die Abschlusszahlung festgelegten Fristen und Bedingungen.

(4) Hauptpflicht im Sinne von Artikel 20 der Verordnung (EWG) Nr. 2220/85 der Kommission ist die Durchführung der vertraglich festgelegten Maßnahmen.

(5) Der Mitgliedstaat übermittelt der Kommission umgehend eine Kopie des Vertrags und den Nachweis über die Leistung der Sicherheit. Außerdem übermittelt er ihr eine Kopie des Vertrags zwischen der ausgewählten Organisation und der Durchführungsstelle.

Nach diesem Vertrag ist die Durchführungsstelle verpflichtet, sich den Kontrollen gemäß Artikel 13 zu unterziehen.

Artikel 11

(1) Innerhalb von 30 Kalendertagen nach Unterzeichnung des Vertrags kann der Vertragsnehmer bei dem Mitgliedstaat gegen Leistung der Sicherheit gemäß Absatz 3 die Zahlung eines Vorschusses beantragen. Nach Ablauf dieser Frist kann kein Vorschuss mehr beantragt werden.

Die Höhe des Vorschusses beträgt höchstens 30 % der jährlichen Beteiligung der Gemeinschaft und des bzw. der betreffenden Mitgliedstaaten.

▼B

(2) Der Mitgliedstaat zahlt den Vorschuss innerhalb von 30 Kalendertagen nach Antragstellung. Bei verspäteter Zahlung kommen die Vorschriften des Artikels 4 der Verordnung (EG) Nr. 296/96 [1] zur Anwendung.

(3) Der Vorschuss wird erst dann gezahlt, wenn der Vertragsnehmer gemäß Titel III der Verordnung (EWG) Nr. 2220/85 eine Sicherheit zugunsten des Mitgliedstaats in Höhe von 110 % des Vorschusses geleistet hat.

Ist der Vertragsnehmer eine Behörde oder arbeitet er unter der Aufsicht einer Behörde, so kann die zuständige Stelle eine Bürgschaft in der oben genannten Höhe anerkennen, sofern sich diese Behörde verpflichtet, den durch die Sicherheit gedeckten Betrag zu überweisen, wenn festgestellt wird, dass kein Anspruch auf den Vorschuss bestand.

Artikel 12

(1) Die Anträge auf Zwischenzahlung der Beteiligung der Gemeinschaft und der Mitgliedstaaten sind vor Ende des Kalendermonats zu stellen, der auf den Monat folgt, in dem die jeweils drei Monate ab Unterzeichnung des Vertrags abgelaufen sind. Diese Anträge, denen eine Finanzübersicht und die entsprechenden Belege sowie ein Zwischenbericht über die Durchführung des Vertrags beizufügen sind, betreffen die innerhalb dieser drei Monate getätigten Ausgaben. Wurden während dieser drei Monate keine Ausgaben getätigt, so ist dies ebenfalls innerhalb der für die Anträge auf Zwischenzahlung geltenden Fristen mitzuteilen.

Außer in Fällen höherer Gewalt wird der zu zahlende Betrag bei verspäteter Einreichung des Antrags auf Zwischenzahlung und der entsprechenden Unterlagen für jeden vollen Verzugsmonat um 3 % gekürzt.

Diese Zahlungen sowie die Vorschusszahlungen gemäß Artikel 11 Absatz 1 dürfen sich insgesamt auf höchstens 80 % der jährlichen Gesamtbeteiligung der Gemeinschaft und der betreffenden Mitgliedstaaten belaufen. Nach Erreichung dieses Prozentsatzes kann keine weitere Zwischenzahlung mehr beantragt werden.

(2) Der Antrag auf Abschlusszahlung ist innerhalb von vier Monaten nach Vollendung der im Vertrag vorgesehenen jährlichen Maßnahmen zu stellen.

Der Antrag gilt nur dann als eingereicht, wenn ihm folgende Unterlagen beigefügt sind:

a) eine Finanzübersicht mit den geplanten und den bereits getätigten Ausgaben sowie alle diesbezüglichen Ausgabenbelege;

b) eine Übersicht über die durchgeführten Maßnahmen (Tätigkeitsbericht);

c) ein interner Bewertungsbericht des Vertragsnehmers über die zum Berichtszeitpunkt feststellbaren Ergebnisse und deren Nutzungsmöglichkeiten.

Außer in Fällen höherer Gewalt wird der zu zahlende Betrag bei verspäteter Einreichung des Antrags auf Abschlusszahlung für jeden Verzugsmonat um 3 % gekürzt.

(3) Die Abschlusszahlung erfolgt nach Prüfung der Unterlagen gemäß Absatz 2.

Bei Nichterfüllung der Hauptpflicht gemäß Artikel 10 Absatz 4 wird die Abschlusszahlung entsprechend dem Ausmaß der Nichterfüllung gekürzt.

(4) Die Sicherheit gemäß Artikel 11 Absatz 3 wird freigegeben, sobald der endgültige Anspruch auf Zahlung des Vorschusses festgestellt wurde.

[1] ABl. L 39 vom 17.2.1996, S. 5.

▼B

(5) Der Mitgliedstaat leistet die Zahlungen nach den vorhergehenden Absätzen innerhalb von 60 Kalendertagen ab Antragseingang. Diese Frist kann jedoch nach der ersten Registrierung des Zahlungsantrags jederzeit ausgesetzt werden, indem dem Vertragsnehmer mitgeteilt wird, dass sein Antrag nicht zulässig ist, weil entweder die beantragte Zahlung nicht zuschussfähig ist, dem Antrag nicht die für alle Zahlungsanträge vorgeschriebenen Belege beigefügt sind oder der Mitgliedstaat ergänzende Auskünfte oder Überprüfungen für notwendig hält. Nach Eingang der angeforderten Informationen läuft die Frist für die Dauer von höchstens 30 Kalendertagen weiter. Außer in Fällen höherer Gewalt wird die Erstattung an den betreffenden Mitgliedstaat bei verspäteter Zahlung gemäß Artikel 4 der Verordnung (EG) Nr. 296/96 gekürzt.

(6) Die Sicherheit gemäß Artikel 10 Absatz 3 gilt bis zur Leistung der Abschlusszahlung und wird durch Entlastungsschreiben der zuständigen Stelle freigegeben.

(7) Der Mitgliedstaat übermittelt der Kommission innerhalb von 30 Kalendertagen nach Eingang

— die vierteljährlichen Berichte über die Durchführung des Vertrags,

— die Übersichten gemäß Artikel 12 Absatz 2 Buchstaben a) und b),

— den internen Bewertungsbericht.

(8) Nach erfolgter Abschlusszahlung übermittelt der Mitgliedstaat der Kommission eine Abrechnung über die im Rahmen des Vertrags getätigten Ausgaben.

Er bescheinigt außerdem, dass nach Durchführung der Kontrollen alle Ausgaben als nach den Vertragsbedingungen zuschussfähig anzusehen sind.

(9) Der auf die Kofinanzierung der Gemeinschaft entfallende Anteil an den verfallenen Sicherheiten und an den vorgenommenen Kürzungen wird von den dem EAGFL-Garantie gemeldeten Ausgaben in Abzug gebracht.

Artikel 13

(1) Der Mitgliedstaat ergreift die notwendigen Maßnahmen, um insbesondere anhand technischer, administrativer und buchhalterischer Kontrollen beim Vertragsnehmer und bei der Durchführungsstelle Folgendes zu überprüfen:

a) die Richtigkeit der übermittelten Informationen und Belege,

b) die Erfüllung aller vertraglichen Verpflichtungen.

Unbeschadet der Bestimmungen der Verordnung (EWG) Nr. 595/91 des Rates [1] informiert der Mitgliedstaat die Kommission unverzüglich über alle bei den Kontrollen festgestellten Unregelmäßigkeiten.

(2) Der Mitgliedstaat entscheidet über die geeigneten Maßnahmen zur Durchführung der Kontrolle der in dieser Verordnung vorgesehenen Maßnahmen und teilt diese der Kommission mit.

(3) Bei Programmen, die mehrere Mitgliedstaaten abdecken, ergreifen die Mitgliedstaaten die notwendigen Maßnahmen zur Koordinierung ihrer Kontrollen und teilen diese der Kommission mit.

(4) Die Kommission kann jederzeit an den Überprüfungen und Kontrollen gemäß den Absätzen 2 und 3 teilnehmen. Zu diesem Zweck unterrichten die zuständigen Stellen der Mitgliedstaaten die Kommission rechtzeitig von diesen Überprüfungen und Kontrollen.

Die Kommission kann weitere Kontrollen vornehmen, sofern sie diese für erforderlich hält.

[1] ABl. L 67 vom 14.3.1991, S. 11.

▼B

Artikel 14

(1) Zu Unrecht geleistete Zahlungen sind vom Empfänger zuzüglich der Zinsen für die Zeit zwischen der Zahlung und der Rückzahlung zurückzuzahlen.

Dabei wird der von der Europäischen Zentralbank bei ihren Transaktionen in Euro angewendete, im *Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaften*, Reihe C, veröffentlichte und zum Zeitpunkt der zu Unrecht erfolgten Zahlung geltende Zinssatz zuzüglich drei Prozentpunkte zugrunde gelegt.

(2) Die wieder eingezogenen Beträge und die Zinsen werden an die Zahlstellen überwiesen und von diesen von den durch den Europäischen Ausrichtungs- und Garantiefonds für die Landwirtschaft finanzierten Ausgaben entsprechend der finanziellen Beteiligung der Gemeinschaft in Abzug gebracht.

Artikel 15

Die Artikel 10 bis 14 gelten auch für die gemäß Artikel 7 der Verordnung (EG) Nr. 2826/2000 vorgelegten Programme.

Für diese Programme schließen die betreffenden Mitgliedstaaten Verträge mit den ausgewählten Durchführungsstellen.

Artikel 16

(1) Folgende Bestimmungen werden gestrichen:

a) Die Artikel 13 bis 17 der Verordnung (EWG) Nr. 2159/89 der Kommission vom 18. Juli 1989 mit Durchführungsbestimmungen zu den Sondermaßnahmen für Schalenfrüchte und Johannisbrot gemäß Titel IIa der Verordnung (EWG) Nr. 1035/72 des Rates [1];

b) Artikel 6 der Verordnung (EG) Nr. 1905/94 der Kommission vom 27. Juli 1994 mit Durchführungsvorschriften zur Verordnung (EG) Nr. 399/94 des Rates mit Sondermaßnahmen für getrocknete Weintrauben [2].

(2) Folgende Verordnungen werden aufgehoben:

a) Verordnung (EWG) Nr. 1348/81 der Kommission vom 20. Mai 1981 zur Durchführung der Verordnung (EWG) Nr. 1970/80 des Rates über allgemeine Anwendungsvorschriften für Maßnahmen zur Förderung des Verbrauchs von Olivenöl in der Gemeinschaft [3];

b) Verordnung (EWG) Nr. 1164/89 der Kommission vom 28. April 1989 zur Durchführung der Beihilferegelung für Faserflachs und Hanf [4];

c) Verordnung (EWG) Nr. 2282/90 der Kommission vom 31. Juli 1990 mit Bestimmungen zur Durchführung von Maßnahmen zur Steigerung des Verbrauchs und der Verwendung von Äpfeln sowie des Verbrauchs von Zitrusfrüchten [5];

d) Verordnung (EWG) Nr. 3601/92 der Kommission vom 14. Dezember 1992 mit Bestimmungen zur Durchführung von Sondermaßnahmen für Tafeloliven [6];

e) Verordnung (EWG) Nr. 1318/93 der Kommission vom 28. Mai 1993 zur Durchführung der Verordnung (EWG) Nr. 2067/92 des Rates über Maßnahmen zur Förderung des Absatzes und des Verbrauchs von hochwertigem Rindfleisch [7];

---

[1] ABl. L 207 vom 19.7.1989, S. 19.
[2] ABl. L 194 vom 29.7.1994, S. 21.
[3] ABl. L 134 vom 21.5.1981, S. 17.
[4] ABl. L 121 vom 29.4.1989, S. 4.
[5] ABl. L 205 vom 3.8.1990, S. 8.
[6] ABl. L 366 vom 15.12.1992, S. 17.
[7] ABl. L 132 vom 29.5.1993, S. 83.

▼B

f) Verordnung (EG) Nr. 890/1999 der Kommission vom 29. April 1999 zur Durchführung von Informationskampagnen über die Gemeinschaftsregelung für die Rindfleischetikettierung [1];

g) Verordnung (EG) Nr. 3582/93 der Kommission vom 21. Dezember 1993 zur Durchführung der Verordnung (EWG) Nr. 2073/92 des Rates über die Verbrauchsförderung in der Gemeinschaft und die Erweiterung der Märkte für Milch und Milcherzeugnisse [2];

h) Verordnung (EG) Nr. 803/98 der Kommission vom 16. April 1998 mit Durchführungsbestimmungen für das Jahr 1998 zu der Verordnung (EG) Nr. 2275/96 des Rates zur Einführung besonderer Maßnahmen im Sektor lebende Pflanzen und Waren des Blumenhandels [3].

(3) Für Informations- und Absatzförderungsprogramme, die vor Inkrafttreten dieser Verordnung beschlossen wurden, bleiben die Bestimmungen der im vorangegangenen Absatz aufgeführten Verordnungen in Kraft.

Artikel 17

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

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

[1] ABl. L 113 vom 30.4.1999, S. 5.
[2] ABl. L 326 vom 28.12.1993, S. 23.
[3] ABl. L 115 vom 17.4.1998, S. 5.

▼B

ANHANG I

a) **Verzeichnis der Themen, zu denen Informations- und/oder Absatzförderungsmaßnahmen durchgeführt werden können:**

— Information über die geschützten Ursprungsbezeichnungen (g. U.), die geschützten geografischen Angaben (g. g. A.), die garantiert traditionellen Spezialitäten (g. t. S.) und die hierzu in den Agrarvorschriften vorgesehenen grafischen Symbole;

— Information über Methoden des ökologischen Landbaus;

— Information über landwirtschaftliche Produktionssysteme zur Herkunftssicherung und Etikettierung der Erzeugnisse;

— Information über Lebensmittelqualität und -sicherheit sowie über ernährungswissenschaftliche und gesundheitliche Aspekte.

b) **Verzeichnis der Erzeugnisse, die für Maßnahmen infrage kommen:**

— Milcherzeugnisse;

— Qualitätsweine b. A., Tafelweine mit geografischer Angabe;

— frisches Obst und Gemüse;

— Verarbeitungserzeugnisse aus Obst und Gemüse;

— lebende Pflanzen und Waren des Blumenhandels.

▼M1

ANHANG II

LISTE DER ZUSTÄNDIGEN STELLEN IN DEN MITGLIEDSTAATEN

(Verwaltung der Verordnungen (EG) Nr. 2702/1999 und (EG) Nr. 2826/2000)

Mitgliedstaat	Name und Anschrift	
Deutschland	Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) Referat 411 D-60631 Frankfurt/Main	Tel. (49-69) 15 64-756/757/862 Fax (49-69) 15 64-791 E-Mail poststelle@ble.de Internet www.ble.de
Österreich	Agrarmarkt Austria GB II/Abt. 4/Ref. 1 Dresdner Straße 70 A-1201 Wien	Tel. 43.1-33151-241 Fax 43.1.33151-299 E-Mail Eva.Leutner@ama.bmlf.gv.at
	Wein: Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft Stubering 12 A-1010 Wien	Tel. 43.1-71100-0 Fax 43.1-71100-2901 E-Mail
Belgien	Vlaamse Gemeenschap: Administratie Land- en Tuinbouw (ALT) (de heer J. Van Liefferinge) Directeur-generaal Leuvenseplein 4 B-1000 Brussel	Tel. (32-2) 553 63 40 Fax (32-2) 553 63 50 E-Mail jules.vanliefferinge@ewbl.vlaanderen.be
	Région wallonne: Agence Wallonne à l'Exportation (AWEX) (M. Ph. Suinen) Directeur général Place Sainctelette 2 B-1080 Bruxelles	Tel. (32-2) 421 82 11 Fax (32-2) 421 87 87 E-Mail mail@awex.wallonie.be
Dänemark	Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri Direktoratet for FødevareErhverv, Kampmannsgade 3 DK-1780 København V	Tel. 45 33 95 80 00 Fax 45 33 95 80 80 E-Mail dffe@dffe.dk
	Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri Direktoratet for FødevareErhverv, Interventionskontoret (Carsten Andersen) Kampmannsgade 3 DK-1780 København V	Tel. 45 33 95 80 02 Fax 45 33 95 80 34 E-Mail caea@dffe.dk

▼M1

Mitgliedstaat	Name und Anschrift	
Spanien	Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) Subsecretaría — Dirección General de Alimentación (S.G. Promoción Agroalimentaria) Paseo Infanta Isabel 1 E-28014 Madrid	Tel. (34) 913 47 53 91 Fax (34) 913 47 51 68 E-Mail ssgpromo@mapya.es
Finnland	Maa- ja metsätalousministeriö Interventioyksikkö PL 30 FIN-00023 Valtioneuvosto	Tel. 35 89 160 97 53 Fax 35 89 160 97 90 E-Mail intervention.unit@mmm.fi
Frankreich	Office national interprofessionnel des viandes de l'élevage et de l'aviculture (OFIVAL) (M. Gueudar Delahaye) 80, avenue des terroirs de France, F-75607 Paris Cedex 12	Tel. 33 1 44 68 50 00 Fax 33 1 44 68 50 06 E-Mail
	Office national interprofessionnel du lait et des produits laitiers (ONILAIT) (M^me^ Boulengier) 2, rue Saint-Charles F-75740 Paris Cedex 15	Tel. 33 1 73 00 50 00 Fax 33 1 73 00 50 50 E-Mail
	Office national interprofessionnel des fruits, des légumes et de l'horticulture (ONIFLHOR) (M. Laneret) 164, rue de Javel F-75739 Paris Cedex 15	Tel. 33 1 44 25 36 36 Fax 33 1 44 25 31 69 E-Mail
	Office national interprofessionnel des vins (ONIVINS) (M. Dairien) 232, rue de Rivoli F-75001 Paris	Tel. 33 1 42 86 32 00 Fax 33 1 40 15 06 96 E-Mail
	Office national interprofessionnel des produits de la mer et de l'aquaculture (OFIMER) (M. Merckelbagh) 11, rue de Sébastopol F-75001 Paris	Tel. 33 1 53 00 96 96 Fax 33 1 53 00 96 99 E-Mail ofimer@ofimer.fr
	Office national interprofessionnel des céréales (ONIC) Office national interprofessionnel des oléagineux, protéagineux et cultures textiles (ONIOL) (M. Drege) 21, avenue Bosquet F-75015 Paris	Tel. 33 1 44 18 20 00 Fax 33 1 45 51 90 99 E-Mail
	Institut national des appellations d'origines (INAO) (M. Benard) 138, Champs-Élysées F-75008 Paris	Tel. 33 1 53 89 80 00 Fax 33 1 42 25 57 97 E-Mail jd.benard@inao.gouv.fr

▼M1

Mitgliedstaat	Name und Anschrift	
	Fonds d'intervention et de régulation du marché du sucre (FIRS) (Mme Ulmann) 120, bd de Courcelles F-75017 Paris	Tel. 33 1 56 79 46 00 Fax 33 1 56 79 46 50 E-Mail
	Office de développement de l'économie agricole des départements d'outre-mer (ODEADOM) (M. Danel) 31, quai de Grenelle, Tour Mercure 1 F-75738 Paris Cedex 15	Tel. 33 1 53 95 41 70 Fax 33 1 53 95 41 95 E-Mail
	Office national interprofessionnel des plantes à parfum, aromatiques et médicinales (ONIPPAM) (M. De Laurens) 25, rue du Maréchal Foch F-04130 Voix	Tel. 33 4 92 79 34 46 Fax 33 4 92 79 33 22 E-Mail
Griechenland	Υπουργείο Γεωργίας Διεύθυνση Γεωργικών Εφαρμογών Οδός Πατησίων 207 και Σκαλιστήρη 19 GR-11253 Αθήνα	Tel. 30 10 867 53 59 Fax 30 10 867 84 51 E-Mail
Irland	Department of Agriculture, Food and Rural Development Food division Kildare Street Dublin 2	Tel. (353-1) 607 20 00/607 23 90 Fax (353-1) 607 20 38 E-Mail maura.nolan@agriculture.gov.ie mel.mcdonagh@agriculture.gov.ie
Italien	AGEA Dr. Alberto Migliorini Organismo Pagatore Via Palestro, 81 I-00185 Roma	Tel. (39-06) 49 49 92 86 Fax (39-06) 4 46 34 09 E-Mail aimauo01@tin.it
Luxemburg	Administration des services techniques de l'Agriculture 16, route d'Esch, boîte postale 1904 L-1019 Luxembourg	Tel. 45 71 72 215 Fax 45 71 72 341 E-Mail www.asta.etat.lu asta.asta@asta.etat.lu
Niederlande	Ministerie van LNV Directie I.Z.; desk PDA Postbus 20401 2500 EK Den Haag Nederland	Tel. (31-70) 378 68 68 Fax (31-70) 378 61 05 E-Mail infotiek@dv.agro.nl

▼M1

Mitgliedstaat	Name und Anschrift	
	Ministerie van LNV Agentschap LASER Regio Zuid-West — Postbus 1191 3300 BD Dordrecht Nederland	Tel. (31-78) 639 53 95 Fax (31-78) 639 53 94 E-Mail
Portugal	INGA Rua Fernando Curado Ribeiro, n.º 4 G 1649-034 Lisboa	Tel. 351.21.751 86 81 Fax 351.21.751 88 13 E-Mail fmandr@inga.min-agricultura.pt
Vereinigtes Königreich	Department of Environment, Food and Rural Affairs (DEFRA) International Relations and Export Promotion Division (Jill Russell) Room 324, Whitehall Place East block London SW1A 2HH	Tel. (44-207) 270 19 04 Fax (44-207) 270 84 94 E-Mail jill.russell@defra.gsi.gov.uk
	Rural Payment Agency (RPA) (Rosemary Welch) PO box 69 Reading RG1 3YD	Tel. (44-1189) 68 76 62 Fax (44-1189) 68 77 34 E-Mail rosemary.welch@rpa.gsi.gov.uk
Schweden	Jordbruksverket S-55182 Jönköping	Tel. (46-36) 15 50 00 Fax (46-36) 71 95 11 E-Mail jordbruksverket@sjv.se

▼B

ANHANG III

LEITLINIEN FÜR DIE ABSATZFÖRDERUNG IM BINNENMARKT

Information über die EU-Regelungen der geschützten Ursprungsbezeichnungen (g. U.), der geschützten geografischen Angaben (g. g. A.) und der garantiert traditionellen Spezialitäten (g. t. S.) sowie die entsprechenden Bildzeichen

1. GESAMTANALYSE DER LAGE

Die in den Jahren 1996/1998 durchgeführte Informationskampagne der Gemeinschaft war ein erster Schritt, um die Bedeutung und die Vorteile der beiden europäischen Aufwertungs- und Schutzsysteme für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel mit besonderen Merkmalen bekannt zu machen.

Da diese Kampagne zeitlich begrenzt war, ist es angebracht, die Bekanntheit dieser Bezeichnungen, die bisher für 562 Erzeugnisse in der Gemeinschaft verwendet werden, durch weitere Informationen über ihre Bedeutung und ihre Vorteile zu verstärken. Diese Informationsmaßnahmen werden auch die zu diesem Zweck geschaffenen gemeinschaftlichen Bildzeichen, insbesondere die 1998 eingeführten Bildzeichen für g. U./g. g. A. einbeziehen.

2. ZIELVORGABEN

— Erzeuger/Verarbeiter dazu anregen, diese Qualitätssysteme zu nutzen;

— Stimulierung der Nachfrage nach den betreffenden Erzeugnissen durch die Information der Verbraucher und Vertriebsstellen über die Bedeutung und die Vorteile dieser Systeme und die dazugehörigen Bildzeichen sowie über die Voraussetzungen für das Führen dieser Bezeichnungen und die einschlägigen Kontrollen.

3. HAUPTZIELGRUPPEN

— Erzeuger und Verarbeiter;

— Vertriebsstellen (Supermärkte, Großhändler, Einzelhandel, Gaststätten);

— Verbraucher;

— Multiplikatoren.

4. HAUPTAUSSAGEN

— Besonderheit des Erzeugnisses, die mit seinem geografischen Ursprung zusammenhängt (g. U./g. g. A.);

— Besonderheit des Erzeugnisses, die nicht mit dem Herstellungsgebiet, sondern mit dem besonderen traditionellen Herstellungsverfahren zusammenhängt (g. t. S.);

— Qualität (Sicherheit, Geschmacks- und Nährwert, Herkunftssicherung);

— große Vielfalt, Reichhaltigkeit und Schmackhaftigkeit der Erzeugnisse;

— Darstellung von Erzeugnissen, die die Bezeichnungen g. U./g. g. A. oder g. t. S. führen, als Beispiel für eine gelungene Aufwertung von Lebensmitteln mit besonderen Merkmalen.

5. WICHTIGSTE INSTRUMENTE

— e-Tools (Website);

— Medienkontakte (Fachpresse, Frauenpresse, Koch- und Rezeptzeitschriften);

— Kontakte zu Verbraucherverbänden;

— Information am Verkaufsort;

— audiovisuelle Medien;

— schriftliches Material (Faltblätter, Broschüren usw.);

— Teilnahme an Messen und Ausstellungen;

— Werbung in der Fachpresse.

6. LAUFZEIT DES PROGRAMMS

24 bis 36 Monate, mit Zielvorgaben für die einzelnen Programmphasen.

▼B

7. VORLÄUFIGE MITTELAUSSTATTUNG

4 Mio. EUR.

▼B

Information über das Bildzeichen der Regionen in äußerster Randlage

1. GESAMTANALYSE DER LAGE

Die externe Bewertung hat gezeigt, dass die 1998/99 durchgeführte gemeinschaftliche Informationskampagne über das Bildzeichen der ultraperipheren Regionen bei den verschiedenen Unternehmen des Sektors echtes Interesse hervorgerufen hat.

So haben diverse Erzeuger und Verarbeiter im Hinblick auf die Verwendung dieses Bildzeichens die Zulassung ihrer Qualitätserzeugnisse beantragt.

Da diese erste Kampagne zeitlich begrenzt war, ist es angebracht, die Bekanntheit dieses Bildzeichens bei den verschiedenen Zielgruppen durch weitere Informationen über seine Bedeutung und Vorteile zu verstärken.

2. ZIELVORGABEN

— Über die Existenz, Bedeutung und Vorteile des Bildzeichens aufklären;
— Erzeuger und Verarbeiter in den betreffenden Regionen dazu anregen, das Bildzeichen zu benutzen;
— die Bekanntheit des Bildzeichens bei Vertriebsstellen und Verbrauchern zu verbessern.

3. HAUPTZIELGRUPPEN

— Örtliche Erzeuger und Verarbeiter;
— Vertriebsstellen und Verbraucher;
— Multiplikatoren.

4. HAUPTAUSSAGEN

— Typische Merkmale, natürliches Erzeugnis;
— Herkunft aus Gemeinschaftsregionen;
— Qualität (Sicherheit, Nährwert und organoleptische Eigenschaften, Produktionsmethode, Bezug zum Herkunftsgebiet);
— exotisches Erzeugnis;
— Vielfalt des Angebots, auch außerhalb der Saison;
— Herkunftssicherung.

5. WICHTIGSTE INSTRUMENTE

— e-Tools (Internet-Website);
— Info-Telefon;
— Medienkontakte (Fachpresse, Frauenpresse, Koch- und Rezeptzeitschriften);
— Vorführungen an Verkaufsorten, auf Ausstellungen und Messen usw.;
— Kontakte zu Ärzten und Ernährungsspezialisten;
— sonstige Instrumente (Faltblätter, Broschüren, Rezepte usw.);
— audiovisuelle Medien;
— örtliche Fachpresse.

6. LAUFZEIT DER PROGRAMME

24 bis 36 Monate, mit Zielvorgaben für die einzelnen Programmphasen.

7. VORLÄUFIGE MITTELAUSSTATTUNG

3 Mio. EUR.

▼B

Sektor der ökologischen Erzeugung

1. GESAMTANALYSE DER LAGE

Der Verbrauch von Erzeugnissen aus ökologischem Landbau ist unter der Stadtbevölkerung von besonderer Bedeutung, im Vergleich zum Verbrauch herkömmlicher Erzeugnisse jedoch noch wenig verbreitet.

2. ZIELVORGABEN

— Aufklärung über die Gemeinschaftsvorschriften für den ökologischen Landbau und die vorgesehenen Kontrollen in allgemein verständlicher Form sowie über das gemeinschaftliche Bildzeichen;
— Förderung des Verbrauchs von Erzeugnissen aus dem ökologischen Landbau;
— Verbesserung der Kenntnisse des Verbrauchers im Bereich des ökologischen Landbaus und der sich daraus ergebenden Erzeugnisse.

3. HAUPTZIELGRUPPEN

— Junge Haushalte (Familienväter und -mütter im Alter von 20 bis 40 Jahren); Senioren;
— Unternehmer in diesem Sektor (Sensibilisierung und Anreiz zur Verwendung des gemeinschaftlichen Bildzeichens).

4. HAUPTAUSSAGEN

— Die Erzeugnisse des ökologischen Landbaus sind natürlich und dynamische Produkte, die dem modernen Alltagsleben entsprechen und mit Genuss verzehrt werden. Sie stammen aus umweltgerechten Kulturen. Für diese Erzeugnisse gelten strenge Vorschriften, deren Einhaltung durch unabhängige oder öffentliche Stellen kontrolliert wird.
— Der Inhalt der Botschaften muss vernünftig und positiv sein und den Besonderheiten des Verbrauchs bei den verschiedenen Zielgruppen Rechnung tragen.

▼C1

— Das gemeinschaftliche Bildzeichen wird auf den Erzeugnissen des ökologischen Landbaus angebracht, die strengen Produktionsbedingungen entsprechen und eingehend geprüft worden sind.

  Diese Angaben über das gemeinschaftliche Bildzeichen können durch Angaben über die auf Ebene der Mitgliedstaaten festgelegten gemeinsamen Bildzeichen ergänzt werden, sofern ihre Spezifikationen strengeren Bedingungen entsprechen als denjenigen für das gemeinschaftliche Bildzeichen.

▼B

5. WICHTIGSTE INSTRUMENTE

— Website;
— Info-Telefon;
— Medienkontakte (z. B. Fachjournalisten, Frauenpresse);
— Kontakte zu Ärzten und Ernährungsberatern;
— Kontakte zu Lehrern;
— sonstige Instrumente (Faltblätter und Broschüren usw.);
— visuelle Medien (Kino, spezialisierte TV-Sender);
— Radiospots;
— Werbung in der spezialisierten Presse (Frauen- und Seniorenpresse).

6. LAUFZEIT DER PROGRAMME

12 bis 36 Monate; vorzugsweise Mehrjahresprogramme mit Zielvorgaben für die einzelnen Programmphasen.

7. VORLÄUFIGE MITTELAUSSTATTUNG

6 Mio. EUR.

▼B

Sektor Milch und Milcherzeugnisse

1. GESAMTANALYSE DER LAGE

Rückgang des Flüssigmilchverbrauchs, insbesondere in den Großverbraucherländern, der vor allem auf die Vorliebe der Jugendlichen für Soft-Drinks zurückzuführen ist. Dagegen ist ein allgemeiner Anstieg des Verbrauchs von Milcherzeugnissen, ausgedrückt in Milchmengen, festzustellen.

2. ZIELVORGABEN

— Steigerung des Flüssigmilchverbrauchs;
— Stabilisierung des Verbrauchs von Milcherzeugnissen;
— Förderung des Milchkonsums bei Jugendlichen.

3. HAUPTZIELGRUPPEN

— Kinder und Jugendliche, insbesondere junge Mädchen von 8 bis 13 Jahren;
— junge Frauen und Mütter zwischen 20 und 40 Jahren.

4. HAUPTAUSSAGEN

— Milch und Milcherzeugnisse sind gesunde, natürliche, dynamische Produkte, die an das moderne Alltagsleben angepasst sind und mit Genuss verzehrt werden.
— Die Aussagen müssen positiv sein und den Verbrauchergewohnheiten auf den verschiedenen Märkten Rechnung tragen.
— Die Kontinuität der wichtigsten Aussagen muss während der gesamten Laufzeit des Programms unbedingt gewährleistet sein, um die Verbraucher von der wohltuenden Wirkung eines regelmäßigen Konsums dieser Produkte zu überzeugen.

5. WICHTIGSTE INSTRUMENTE

— e-Tools;
— Info-Telefon;
— Medienkontakte (z. B. Fachjournalisten, Frauenpresse, Jugendpresse);
— Kontakte zu Ärzten und Ernährungsberatern;
— Kontakte zu Lehrern;
— sonstige Instrumente (Faltblätter und Broschüren, Spiele für Kinder usw.);
— Vorführung am Verkaufsort;
— visuelle Medien (Kino, spezialisierte TV-Sender);
— Radiospots;
— Werbung in der spezialisierten Presse (Jugend- und Frauenpresse).

6. LAUFZEIT DER PROGRAMME

12 bis 36 Monate; vorzugsweise Mehrjahresprogramme mit Zielvorgaben für die einzelnen Programmphasen.

7. VORLÄUFIGE MITTELAUSSTATTUNG

6 Mio. EUR.

▼B

Sektor Wein

1. GESAMTANALYSE DER LAGE

Dieser Sektor ist gekennzeichnet durch eine Überproduktion und einen stagnierenden Verbrauch, der bei einigen Erzeugniskategorien sogar zurückgeht. Hinzu kommt die Zunahme des Angebots an Erzeugnissen aus Drittländern.

2. ZIELVORGABEN

Unterrichtung der Verbraucher über die Vielfalt, die Qualität und die Produktionsbedingungen europäischer Weine sowie die Ergebnisse wissenschaftlicher Studien.

3. HAUPTZIELGRUPPEN

Verbraucher im Alter von 20 bis 40 Jahren.

4. HAUPTAUSSAGEN

— Die Gemeinschaftsvorschriften enthalten strenge Vorgaben in Bezug auf die Erzeugung, die Qualitätsangaben, die Etikettierung und die Vermarktung, die den Verbrauchern die Qualität und die Herkunftssicherung des angebotenen Erzeugnisses garantieren.
— Auswahlmöglichkeit zwischen zahlreichen europäischen Produkten verschiedener Herkunft.
— Auswirkung von mäßigem Weinkonsum auf die Gesundheit.

5. WICHTIGSTE INSTRUMENTE

— Informations- und PR-Maßnahmen;
— Ausbildungsmaßnahmen beim Handel und beim Gaststättengewerbe;
— Kontakte zu Medizinern und zur Fachpresse;
— sonstige Instrumente (Internet-Website, Faltblätter und Broschüren) für eine Lenkung bei der Auswahl und zur Anregung des Weinkonsums im Rahmen von Familienfesten.

6. LAUFZEIT DER PROGRAMME

12 bis 36 Monate; vorzugsweise Mehrjahresprogramme mit Zielvorgaben für die einzelnen Programmphasen.

7. VORLÄUFIGE MITTELAUSSTATTUNG

6 Mio. EUR.

▼B

Sektor frisches Obst und Gemüse

1. GESAMTANALYSE DER LAGE

Kennzeichnend für diesen Sektor ist das strukturelle Ungleichgewicht des Marktes, das bei einigen Produkten besonders ausgeprägt ist, und dies trotz aller bisherigen Kommunikationsanstrengungen.

Bei den Verbrauchern unter 35 Jahren ist insbesondere ein nachlassendes Interesse festzustellen. Diese Tendenz verstärkt sich noch weiter bei den Verbrauchern im Schulalter. Dieses Konsumverhalten widerspricht einer ausgewogenen Ernährung.

2. ZIELVORGABEN

Es geht darum, das „frische“ und „natürliche“ Image der Produkte wiederherzustellen und insbesondere durch die Förderung des Konsums bei den Jugendlichen zu erreichen, dass das Alter der Konsumenten sinkt.

3. HAUPTZIELGRUPPEN

— Junge Hausfrauen unter 35 Jahren;
— Kinder und Jugendliche im Schulalter;
— Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung und Schulkantinen;
— Ärzte und Ernährungswissenschaftler.

4. HAUPTAUSSAGEN

— Natürlichkeit;
— Frische;
— Qualität (Sicherheit, Nähr- und Geschmackswert, Produktionsmethoden, Umweltschutz, Zusammenhang mit dem Ursprung);
— Gaumenfreude;
— ausgewogene Ernährung;
— vielfältiges und saisonal unterschiedliches Angebot an frischen Erzeugnissen;
— leichte Zubereitung: Frischverzehr — kein Kochen;
— Herkunftssicherung.

5. WICHTIGSTE INSTRUMENTE

— e-Tools (Website, auf der das Angebot vorgestellt wird, mit Spielen für Jugendliche);
— Info-Telefon;
— Medienkontakte (z. B. Fachjournalisten, Frauenpresse, Jugendzeitschriften und -magazine);
— Kontakte zu Ärzten und Ernährungsberatern;
— Ernährungserziehung bei Kindern und Jugendlichen unter Einbeziehung der Lehrer und Leiter der Schulkantinen;
— sonstige Instrumente (Faltblätter und Broschüren mit Produktinformationen und Rezepten, Spiele für Kinder usw.);
— visuelle Medien (Kino, spezialisierte TV-Sender);
— Radiospots;
— Werbung in der spezialisierten Presse (Jugend- und Frauenpresse).

6. LAUFZEIT DER PROGRAMME

12 bis 36 Monate; vorzugsweise Mehrjahresprogramme mit Zielvorgaben für die einzelnen Programmphasen.

7. VORLÄUFIGE MITTELAUSSTATTUNG

6 Mio. EUR.

▼B

Sektor Verarbeitungserzeugnisse aus Obst und Gemüse

1. GESAMTANALYSE DER LAGE

Kennzeichnend für diesen Sektor ist das strukturelle Ungleichgewicht des Marktes, das bei einigen Produkten besonders ausgeprägt ist, die unter dem starken Konkurrenzdruck von Einfuhrerzeugnissen stehen und bei denen die bisherigen Kommunikationsmaßnahmen kaum Ergebnisse gezeigt haben.

Hervorzuheben ist die Akzeptanz der Verbraucher für Verarbeitungserzeugnisse aufgrund der leichten Zubereitung. Der Ausbau dieses Absatzmarktes könnte auch der Grunderzeugung zugute kommen.

2. ZIELVORGABEN

Es geht darum, ein modernes, junges Produktimage zu schaffen und Informationen zu liefern, die zur Förderung des Konsums beitragen.

3. HAUPTZIELGRUPPEN

— Hausfrauen;
— Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung und Schulkantinen;
— Ärzte und Ernährungswissenschaftler.

4. HAUPTAUSSAGEN

— Qualität (Sicherheit, Nähr- und Geschmackswert, Zubereitungsmethoden);
— einfache Nutzung;
— Gaumenfreude;
— Vielfalt des Produktangebots und
— Verfügbarkeit das ganze Jahre über;
— ausgewogene Ernährung.

5. WICHTIGSTE INSTRUMENTE

— e-Tools (Website);
— Info-Telefon;
— Medienkontakte (z. B. Fachjournalisten, Frauenpresse);
— Vorführung am Verkaufsort;
— Kontakte zu Ärzten und Ernährungsberatern;
— sonstige Instrumente (Produktfaltblätter und -broschüren und Rezepte);
— visuelle Medien;
— Frauenpresse, Koch- und Rezeptzeitschriften, Fachpresse.

6. LAUFZEIT DER PROGRAMME

12 bis 36 Monate; vorzugsweise Mehrjahresprogramme mit Zielvorgaben für die einzelnen Programmphasen.

7. VORLÄUFIGE MITTELAUSSTATTUNG

3 Mio. EUR.

▼M1

Lebende Pflanzen und Waren des Blumenhandels

1. GESAMTANALYSE DER LAGE

Der Sektor ist durch ein Angebot gekennzeichnet, bei dem die Gemeinschaftserzeugung in immer stärkerem Maße der Konkurrenz durch die Erzeugung aus Drittländern ausgesetzt ist.

Gemäß den Bewertungsstudien über die 1997 bis 2000 durchgeführten Absatzförderungskampagnen erscheint es angezeigt, zum einen die gesamte Kette vom Erzeuger bis zur Vertriebsstelle besser zu organisieren und zu rationalisieren und zum anderen den Verbraucher umfassender über die immanenten Merkmale der Erzeugnisse zu informieren, um den Absatz der Gemeinschaftserzeugung innerhalb der Europäischen Union zu erleichtern.

2. ZIELSETZUNGEN

— Steigerung des Verbrauchs von Blumen und Pflanzen mit Ursprung in der Gemeinschaft,
— Rationalisierung des Wirtschaftszweigs in den einzelnen Mitgliedstaaten und verstärkte Weitergabe der Kenntnisse der Akteure aller Stufen, insbesondere unter Berücksichtigung umweltfreundlicher Praktiken,
— verstärkte Partnerschaft zwischen Fachleuten mehrerer Mitgliedstaaten, die u. a. die Weitergabe des besten Fachwissens und die Valorisierung bestimmter spezifischer Erzeugungen ermöglicht.

3. HAUPTZIELGRUPPEN

— Erzeuger,
— Gärtnereien,
— Vertriebsstellen,
— Schüler,
— Meinungsbildner: Journalisten, Lehrer,
— Verbraucher.

4. HAUPTAUSSAGEN

— Qualität des europäischen Erzeugnisses,
— umweltverträgliche Produktionsverfahren,
— Techniken, die auf eine größere Haltbarkeit der Erzeugnisse abzielen,
— Optimierung der Sortenkombinationen von Pflanzen und Blumen.

5. HAUPTINSTRUMENTE

— Messen und Ausstellungen: Stände, auf denen das Angebot mehrerer Mitgliedstaaten zusammengefasst wird,
— Bildungsmaßnahmen für Fachleute, Verbraucher und Schüler,
— Maßnahmen zur Verbreitung von Kenntnissen, mit denen die Haltbarkeit des Angebots erhöht werden kann,
— Informationskampagnen für den Verbraucher über die Presse sowie durch Initiativen wie die Veröffentlichung von Katalogen, Gärtnerkalendern oder durch ein Programm „Pflanze des Monats“: Maßnahmen zugunsten von Topfpflanzen,
— verstärkter Einsatz von elektronischen Kommunikationsmitteln (Internet, CD-ROM usw.).

6. PROGRAMMLAUFZEIT

12 bis 36 Monate, wobei Programmen der Vorzug gegeben wird, die für jede Phase eine Strategie und angemessen begründete Zielsetzungen aufweisen.

7. INDIKATIVER MITTELANSATZ

4 Mio. EUR.