

# Verordnung über die Unterstützung der Absatzförderung für Landwirtschaftsprodukte (Landwirtschaftliche Absatzförderungsverordnung)

vom 7. Dezember 1998

---

*Der Schweizerische Bundesrat,*

gestützt auf die Artikel 12 Absatz 4 und 177 Absatz 1 des Landwirtschaftsgesetzes<sup>1</sup>,  
*verordnet:*

## 1. Abschnitt: Allgemeine Bestimmungen

### Art. 1 Unterstützte Vorhaben

<sup>1</sup> Der Bund kann Finanzhilfen zur Unterstützung von Vorhaben im Bereich der Marketing-Kommunikation für Landwirtschaftsprodukte auf regionaler, überregionaler und nationaler Ebene sowie im Ausland gewähren.

<sup>2</sup> 10 Prozent der im Rahmen der bewilligten Kredite verfügbaren Mittel stehen grundsätzlich für die Absatzförderung auf regionaler Ebene zur Verfügung.

<sup>3</sup> Für die Unterstützung von Vorhaben zu Gunsten des Rebbaus stehen die Mittel aus dem Rebbaufonds zur Verfügung.

<sup>4</sup> Die Unterstützung von Massnahmen im Bereich der politischen Kommunikation oder der Öffentlichkeitsarbeit zu Gunsten von Organisationen oder Firmen ist ausgeschlossen.

### Art. 2 Landwirtschaftsprodukte

<sup>1</sup> Als Landwirtschaftsprodukte im Sinne dieser Verordnung gelten:

- a. verwertbare Erzeugnisse aus Pflanzenbau und Nutztierhaltung;
- b. Erzeugnisse des produzierenden Gartenbaus;
- c. Erzeugnisse der Berufsfischerei und der Fischzucht;
- d. Lebende Zucht- und Nutztiere sowie Erzeugnisse der Tierzucht.

<sup>2</sup> Ausgenommen sind Betäubungsmittel nach Artikel 1 des Betäubungsmittelgesetzes vom 3. Oktober 1951<sup>2</sup> sowie Tabak und Spirituosen.

<sup>3</sup> Die Produkte müssen nach Artikel 22a Absatz 2 der Lebensmittelverordnung vom 1. März 1995<sup>3</sup> vollständig in der Schweiz erzeugt worden sein. Das Bundesamt für Landwirtschaft (Bundesamt) kann Ausnahmen zulassen, wenn die Wertschöpfung

SR 916.010

<sup>1</sup> SR 910.1; AS 1998 3033

<sup>2</sup> SR 812.121

<sup>3</sup> SR 817.02

des Erzeugnisses hauptsächlich den schweizerischen Produzentinnen und Produzenten zugute kommt.

### **Art. 3** Höhe und Art der Finanzhilfen

<sup>1</sup> Der Bund kann an die anrechenbaren Kosten eines Vorhabens Finanzhilfen bis zu 50 Prozent gewähren.

<sup>2</sup> Als anrechenbare Kosten gelten:

- a. Instrumenteneinsätze im Bereich der Marketing-Kommunikation, ausgenommen Massnahmen im Bereich der visuellen Verpackungsgestaltung;
- b. auf die Marketing-Kommunikation bezogene Massnahmen im Bereich der Marktforschung.

<sup>3</sup> Eigene, direkt dem Projekt zurechenbare Arbeitsaufwendungen können bis zu einem Anteil von höchstens 15 Prozent der anrechenbaren Kosten ausgewiesen werden.

<sup>4</sup> Arbeitsaufwendungen für Projekte nach Artikel 11 und solche, welche integraler Bestandteil eines Instrumenteneinsatzes im Bereich der Marketing-Kommunikation sind, fallen nicht unter die Beschränkung nach Absatz 3.

## **2. Abschnitt:**

### **Vorhaben auf nationaler und überregionaler Ebene sowie im Ausland**

#### **Art. 4** Unterstützte Vorhaben

Unterstützt werden gemeinsame Vorhaben juristischer oder natürlicher Personen im Bereich der Marketing-Kommunikation. Vorhaben Einzelner werden nicht unterstützt.

#### **Art. 5** Allgemeine Voraussetzungen und Auflagen

<sup>1</sup> Voraussetzung für die Unterstützung von Massnahmen auf nationaler und überregionaler Ebene sowie im Ausland ist die Koordination innerhalb des betreffenden Produkt-Markt-Bereiches (PMB) und gegenüber anderen PMB.

<sup>2</sup> Als PMB im Sinne dieser Verordnung gilt ein Markt, der:

- a. Produkte derselben Kategorie zusammenfasst;
- b. weitgehend von anderen Märkten unabhängig ist; und
- c. geeignetenfalls geographisch begrenzt ist.

<sup>3</sup> Die Gesuchstellerinnen und Gesuchsteller legen dar, dass:

- a. die Massnahme eine positive Wirkung auf die Absatzmenge landwirtschaftlicher Erzeugnisse oder auf den Produzentenpreis ausübt;
- b. die Kommunikationsinhalte eindeutig Bezug auf die Schweizerische Herkunft der Erzeugnisse nehmen;
- c. die Kommunikationsinhalte den zentralen Inhalten der schweizerischen Agrarpolitik nicht zuwiderlaufen;
- d. die Massnahme nicht auf vergleichender Werbung gegenüber anderen schweizerischen Landwirtschaftsprodukten beruht;

- e. die Kontinuität der Massnahme während der gesamten Laufzeit des Vorhabens gewährleistet ist;
- f. die personellen und organisatorischen Voraussetzungen für die Realisierung des Vorhabens genügen.

<sup>4</sup> Zum Zweck der Koordination hat die Gesuchstellerin oder der Gesuchsteller das Vorhaben an Leitlinien auszurichten, welche von den Gesuchstellerinnen und Gesuchstellern gemeinsam erarbeitet werden und welche die Aspekte nach Absatz 3 regeln.

<sup>5</sup> Das Bundesamt kann weitere Auflagen festlegen.

**Art. 6** Besondere Voraussetzungen und Auflagen für Massnahmen im Inland

<sup>1</sup> Im Inland werden auf überregionaler und nationaler Ebene nur Massnahmen im Bereich der Basis-Marketingkommunikation unterstützt.

<sup>2</sup> Die Gesuchsteller legen dar, dass:

- a. die Massnahme den Bedürfnissen der einzelnen Regionen angemessen Rechnung trägt;
- b. die Massnahme als Grundlage für die produkt-, sorten- oder markenspezifische Marketing-Kommunikation geeignet ist;
- c. die verschiedenen Sprachräume der Schweiz sowie gegebenenfalls die jeweiligen Konsumgewohnheiten und andere kulturelle Gepflogenheiten beim Mitteleinsatz angemessen berücksichtigt werden.

**Art. 7** Mittelzuteilung auf Grund der Investitionsattraktivität

<sup>1</sup> Für die Aufteilung der Mittel ermittelt das Bundesamt mindestens alle vier Jahre die Investitionsattraktivität der einzelnen PMB auf der Basis einer Portfolio-Analyse.

<sup>2</sup> Grundlage der Portfolio-Analyse bildet:

- a. die Beurteilung der Attraktivität der PMB für Absatzförderungsmassnahmen mit den Kriterien:
  - 1. Marktwachstum,
  - 2. Marktvolumen,
  - 3. Wirkungspotential,
  - 4. Wettbewerbsintensität;
- b. die Beurteilung der Wettbewerbsposition der einzelnen PMB mit den Kriterien:
  - 1. Bedeutung der Wettbewerbsposition für die schweizerische Landwirtschaft,
  - 2. Bedeutung des Exportmarktes,
  - 3. preisliche Vor- und Nachteile,
  - 4. nicht preisbedingte Vor- und Nachteile.

**Art. 8** Verfügbarer jährlicher Betrag pro PMB

<sup>1</sup> Das Bundesamt legt für jeden PMB, welcher auf Grund der Portfolio-Analyse eine hohe Investitionsattraktivität aufweist, den verfügbaren jährlichen Betrag fest.

<sup>2</sup> Die verbleibenden Mittel stehen den übrigen PMB, welche auf Grund der Portfolio-Analyse eine niedrige Investitionsattraktivität aufweisen, gemeinsam zur Verfügung.

<sup>3</sup> Das Bundesamt informiert die interessierten Kreise über die Grundlagen der Mittelzuteilung.

<sup>4</sup> Das Bundesamt kann nicht ausgeschöpfte Mittel aus einzelnen Einsatzbereichen im Rahmen dieser Verordnung umverteilen. Es kann einen Teil der Mittel für gemeinsame Massnahmen nach Artikel 9 ausscheiden.

<sup>5</sup> Übersteigen die eingereichten Gesuche die verfügbaren Mittel eines PMB, so erstellt das Bundesamt eine Prioritätenliste. Es kann dabei namentlich folgende Kriterien, in absteigender Gewichtung, heranziehen:

- a. der Eigenmittelanteil, welcher 50 Prozent des Gesamtbudgets übersteigt;
- b. das Innovationspotential;
- c. der Erfolgsausweis bei früheren Vorhaben derselben Gruppierung;
- d. die Professionalität der Gruppierung;
- e. die weiteren vorgesehenen Massnahmen innerhalb des Marketing-Mix.

#### **Art. 9** PMB-übergreifende Vorhaben

PMB-übergreifende Vorhaben verschiedener Trägerschaften werden nach Massgabe der Mitfinanzierung der einzelnen Trägerschaft aus den für den betreffenden PMB zur Verfügung stehenden Mitteln finanziert.

#### **Art. 10** Gemeinsame Massnahmen zu Gunsten der schweizerischen Landwirtschaft

<sup>1</sup> Der Bund kann zudem in folgenden Bereichen Finanzhilfen zur Unterstützung von gemeinsamen nicht produktebezogenen Vorhaben juristischer oder natürlicher Personen gewähren, wenn die vorgesehenen Massnahmen im Gesamtinteresse der Landwirtschaft liegen:

- a. Öffentlichkeitsarbeit für die schweizerische Landwirtschaft;
- b. Verkaufsförderung, namentlich gemeinsame Messeauftritte;
- c. Basiswerbung für die schweizerische Landwirtschaft;
- d. gemeinsame Marktforschung.

<sup>2</sup> In jedem der Bereiche nach Absatz 1 wird für eine Massnahme höchstens ein Vorhaben unterstützt. Werden für eine Massnahme innerhalb eines Bereiches mehrere Gesuche um Finanzhilfen eingereicht, so wird grundsätzlich dasjenige bevorzugt, dessen Trägerschaft für die schweizerische Landwirtschaft repräsentativer ist.

<sup>3</sup> Die Gesuchstellerinnen und Gesuchsteller müssen die Voraussetzungen nach Artikel 5 Absatz 3 Buchstaben b–f erfüllen.

<sup>4</sup> Die Kosten werden gemäss den Verhältnissen nach Artikel 8 auf die einzelnen PMB verteilt.

### 3. Abschnitt: Vorhaben auf regionaler Ebene

#### Art. 11

<sup>1</sup> Vorhaben auf regionaler Ebene können im Rahmen einer Aufbau- oder Entwicklungsphase für die Dauer von maximal vier Jahren unterstützt werden, wenn sie den Absatz landwirtschaftlicher Erzeugnisse fördern.

<sup>2</sup> Als Vorhaben auf regionaler Ebene gelten Aktivitäten einer Gruppierung, welche mehrere, aus einer Region stammende Produkte zusammenfassen.

<sup>3</sup> Die Gesuchstellerinnen und Gesuchsteller müssen sinngemäss die Voraussetzungen nach Artikel 5 Absatz 3 erfüllen.

### 4. Abschnitt: Verfahren

#### Art. 12 Grundsatz

<sup>1</sup> Die Gesuche sind jeweils im Vorjahr bis zum 31. März beim Bundesamt einzureichen. Sie müssen eine Projektbeschreibung sowie ein Budget und einen Finanzierungsplan enthalten.

<sup>2</sup> Das Bundesamt erlässt Weisungen über die Form und den weiteren Inhalt der Gesuche.

#### Art. 13 Gesuche für regionale Vorhaben

<sup>1</sup> Gesuche für regionale Vorhaben sind nach dem Verfahren nach Artikel 5 Absätze 1 und 2 des Bundesbeschlusses vom 21. März 1997<sup>4</sup> über die Unterstützung des Strukturwandels im ländlichen Raum an das Bundesamt für Wirtschaft und Arbeit (BWA) einzureichen.

<sup>2</sup> Das BWA leitet Gesuche, die in den Geltungsbereich dieser Verordnung fallen, an das Bundesamt weiter.

<sup>3</sup> Das Bundesamt entscheidet im Einvernehmen mit dem BWA über die Gesuche für regionale Vorhaben.

#### Art. 14 Entscheid über die Finanzhilfe

<sup>1</sup> Auf Grund der Beurteilung entscheidet das Bundesamt jährlich bis zum 30. September über die Gewährung der Finanzhilfen.

<sup>2</sup> Es legt die Zahlungsmodalitäten im Einzelfall fest.

## 5. Abschnitt: Schlussbestimmungen

### Art. 15 Vollzug

Das Bundesamt vollzieht diese Verordnung.

### Art. 16 Übergangsbestimmungen

<sup>1</sup> Kredite, die vor dem Inkrafttreten dieser Verordnung gewährt wurden, laufen Ende 1999 aus.

<sup>2</sup> Erhält eine Gesuchstellerin oder ein Gesuchsteller Finanzhilfen nach Absatz 1, so können für 1999 keine weiteren Vorhaben nach dieser Verordnung unterstützt werden.

<sup>3</sup> Bestehen Finanzhilfen nach Absatz 1, welche einem PMB gesamthaft zugute kommen, so werden in diesem PMB für 1999 keine weiteren Vorhaben unterstützt.

<sup>4</sup> In Bereichen, in welchen keine Finanzhilfen nach Absatz 1 bestehen, können 1999 bereits für das laufende Jahr Finanzhilfen nach dieser Verordnung gewährt werden.

<sup>5</sup> Der Bund kann sich im Jahr 1999 bis zu 70 Prozent und im Jahr 2000 bis zu 60 Prozent mit Finanzhilfen an den anrechenbaren Kosten der Vorhaben beteiligen, sofern die verfügbaren Bundesmittel dazu ausreichen.

### Art. 17 Inkrafttreten

Diese Verordnung tritt am 1. Januar 1999 in Kraft.

7. Dezember 1998

Im Namen des Schweizerischen Bundesrates

Der Bundespräsident: Cotti

Der Bundeskanzler: Couchepin

10085