



Eine Beurteilung der CMA aus der rechtlichen Perspektive – Welche Formen des Agrarmarketing sind möglich?

Prof. Dr. Tilman Becker
Institut für Agrarpolitik und Landwirtschaftliche
Marktlehre
Universität Hohenheim

Gliederung



1. Der rechtliche Rahmen der EU
2. Der rechtliche Rahmen der BRD
3. Konsequenzen für die Arbeit der CMA: Welche Organisationsformen der Aufgaben sind möglich?



Regelung für Beihilfen in der EU



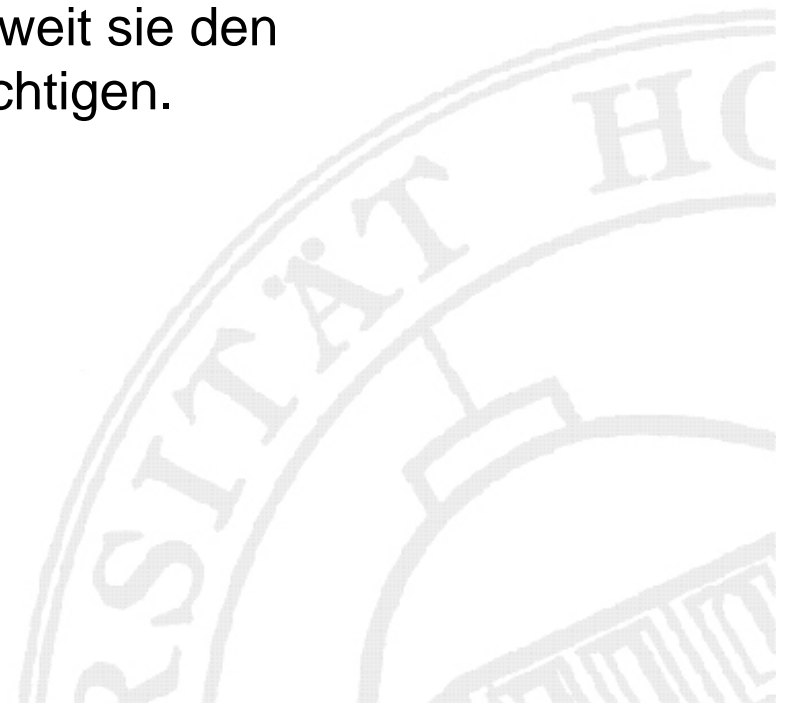
- Beihilfeverbot als Grundsatz (Art. 87 Abs. 1 EG-Vertrag)
- Sonderregelung für Landwirtschaft (Art. 36 EG-Vertrag)





Artikel 87 (1) EG-Vertrag:

Soweit in diesem Vertrag nicht etwas anderes bestimmt ist, 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.





Artikel 36 EG-Vertrag:

Das Kapitel über die Wettbewerbsregeln findet auf die Produktion landwirtschaftlicher Erzeugnisse und den Handel mit diesen nur insoweit Anwendung, als der Rat dies unter Berücksichtigung der Ziele des Artikels 33 ...bestimmt. Der Rat kann insbesondere genehmigen, dass Beihilfen gewährt werden

- a) zum Schutz von Betrieben, die durch strukturelle oder naturgegebene Bedingungen benachteiligt sind, oder
- b) im Rahmen wirtschaftlicher Entwicklungsprogramme.



Artikel 33 (1) EG-Vertrag:

Ziel der gemeinsamen Agrarpolitik ist es:

- a) die Produktivität der Landwirtschaft durch Förderung des technischen Fortschritts, Rationalisierung der landwirtschaftlichen Erzeugung und den bestmöglichen Einsatz der Produktionsfaktoren, insbesondere der Arbeitskräfte, zu steigern;
- b) auf diese Weise der landwirtschaftlichen Bevölkerung, insbesondere durch Erhöhung des Pro-Kopf- Einkommens der in der Landwirtschaft tätigen Personen, eine angemessene Lebenshaltung zu gewährleisten;
- c) die Märkte zu stabilisieren;
- d) die Versorgung sicherzustellen;
- e) für die Belieferung der Verbraucher zu angemessenen Preisen Sorge zu tragen.



Artikel 88 (1) EG-Vertrag:

Die Kommission überprüft fortlaufend in Zusammenarbeit mit den Mitgliedstaaten die in diesen bestehenden Beihilferegelungen. Sie schlägt ihnen die zweckdienlichen Maßnahmen vor, welche die fortschreitende Entwicklung und das Funktionieren des Gemeinsamen Marktes erfordern.





Gemeinschaftsleitlinien für staatliche Beihilfen zur Werbung für in Anhang I des EG-Vertrags genannte Erzeugnisse und bestimmte nicht in Anhang I genannte Erzeugnisse (2001/C 252/03):

Positive Kriterien:

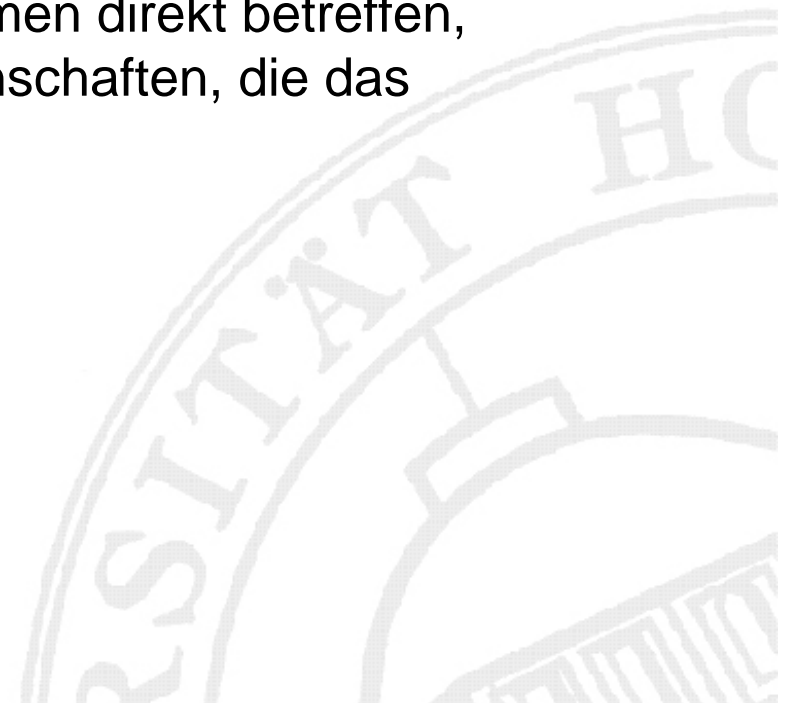
- Werbekampagnen, die von einem Mitgliedstaat direkt oder indirekt auf dem Markt eines anderen Mitgliedstaates organisiert werden;
- Werbekampagnen auf dem Binnenmarkt eines Mitgliedstaates, mit denen für das Produkt in ganz allgemeiner Weise und ohne Bezugnahme auf seinen nationalen Ursprung geworben wird;
- Werbung für landwirtschaftliche Überschusserzeugnisse oder für neue Erzeugnisse oder Ersatzerzeugnisse, die nicht überschüssig sind,
- Qualitätserzeugnisse z.B. Erzeugnisse aus ökologischem Landbau, geschützte Herkunftsangaben;
- Entwicklung bestimmter Gebiete;
- Entwicklung der kleinen und mittleren Unternehmen.



Gemeinschaftsleitlinien für staatliche Beihilfen zur Werbung für in Anhang I des EG-Vertrags genannte Erzeugnisse und bestimmte nicht in Anhang I genannte Erzeugnisse (2001/C 252/03):

Negative Kriterien:

- Werbung, die den Verbraucher dazu animiert, nationale Produkte nur aufgrund ihres nationalen Ursprungs zu kaufen;
- Beihilfen für Werbeaktionen, die die Erzeugnisse eines oder mehrerer bestimmter Unternehmen direkt betreffen,
- Angaben über Wirkungen und Eigenschaften, die das Lebensmittel nicht besitzt



Rechtsprechung des EuGH



- Buy Irish (Case 249/81): Förderung irischer Produkte (Zeichen und Werbung) durch private Organisation, die durch die Regierung gegründet wurde und mit öffentlichen Mitteln unterstützt wird, verstößt gegen Artikel 28 EG-Vertrag
- Apple and Pear Development Council (Case 222/82): Eine staatliche Institution (gegründet durch die Regierung und finanziert durch Abgaben) hat nicht dieselbe Freiheit bei der Werbung wie eine private Institution



Artikel 28 EG-Vertrag:

Mengenmäßige Einfuhrbeschränkungen sowie alle Maßnahmen gleicher Wirkung sind zwischen den Mitgliedstaaten verboten.



CMA-Gütezeichen (C-325/00)



- Die streitige Regelung ist als eine dem Staat zuzurechnende öffentliche Maßnahme im Sinn von Artikel 28 EG-Vertrag anzusehen.
- Die streitige Regelung führt zumindest potentiell zu Beschränkungen des freien Warenverkehrs zwischen Mitgliedstaaten.

Informations- und Absatzförderung der EU (Verordnung 1071/2005)



- Frisches Obst und Gemüse (Fünf pro Tag)
- Milch (Milchkonsum Jugendlicher)
- Qualitätsfleisch
- Erzeugnisse mit EU-geschützten Angaben (g.U., g.g.A., g.t.S.)
- Erzeugnisse Ökolandbau

Weitere von der EU erlaubte staatliche Beihilfen



- Marktforschung
- Einführung Qualitätssicherungssysteme
- Teilnahme an Messen und Ausstellungen



Entwicklung auf nationaler Ebene:



Vorlage des Verwaltungsgericht Köln an das Bundesverfassungsgericht:

- Verstoß gegen Recht auf freie Entfaltung der Persönlichkeit (Art. 2 (1) GG) in Verbindung mit
- Gesetzgebungskompetenz des Bundes bei Steuern (Art. 105 GG) und
- Veröffentlichungspflicht der Einnahmen und Ausgaben im Haushaltsplan (Art. 110 GG)

Bedingungen des Bundesverfassungsgerichts an eine Sonderabgabe



1. Eine Sonderabgabe darf nur für eine zeitlich befristete Aufgabe erhoben werden.
- > Mit der Agrarreform von 1992 und der Weiterentwicklung des gemeinsamen Marktes sind die Aufgabengebiete der CMA, die Absatzförderung deutscher Agrarprodukte mit Hilfe eines Gütezeichens für und die werbliche Herausstellung von deutschen Agrarprodukten, weggefallen. Die zeitlich befristete Aufgabe ist damit nach Ansicht des Verwaltungsgerichts abgeschlossen.

Bedingungen des Bundesverfassungsgerichts an eine Sonderabgabe



2. Weiterhin muss mit der Sonderabgabe ein Zweck verfolgt werden, der über die bloße Mittelbeschaffung hinausgeht.
3. Der Gesetzgeber muss auf den betroffenen Lebensbereich über die bloße Finanzierungssicherung hinaus inhaltlichen Einfluss nehmen. Die inhaltliche Einflussnahme erfolgt vor allem auf europäischer Ebene. Dem Einfluss des nationalen Gesetzgebers werden durch den EG-Vertrag enge Grenzen gesetzt.

Bedingungen des Bundesverfassungsgericht an eine Sonderabgabe



4. Es muss eine homogene Gruppe mit spezifischer Sachnähe zu dem mit der Abgabenerhebung verfolgten Zweck in Anspruch genommen werden.
-> Dieses Kriterium ist nach Auffassung des Verwaltungsgerichts Köln nicht erfüllt. Nach Ansicht des Verwaltungsgerichts „ist nicht erkennbar, dass die mit der Abgabe belastete Gruppe heute noch dem mit der Erhebung verbundenen Zweck, der Förderung und dem Schutz der deutschen Land- und Ernährungswirtschaft in ihrem Wettbewerb mit der anderer Mitgliedsstaaten, näher steht als jede andere Gruppe oder die Allgemeinheit der Steuerzahler“.

Bedingungen des Bundesverfassungsgericht an eine Sonderabgabe



5. Eine gruppennützige Verwendung der eingezogenen Mittel ist sicherzustellen.
- > Dies ist nicht (mehr) der Fall, da das Gütezeichen in Folge der Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs auch ausländischen Erzeugern offen stehen muss. Diese haben einen Vorteil durch die Absatzförderung für Agrarprodukte, beteiligen sich jedoch nicht an den Kosten. "Fremdnützige" Sonderabgaben sind unzulässig. Auch diesem Kriterium genügt die Sonderabgabe an den Absatzfond nach Ansicht des Verwaltungsgerichts nicht (mehr).

Konsequenzen für die Arbeit der CMA



Beantwortung z.B. der folgenden Fragen:

- Gemeinschaftswerbung durch „Produktverbände“ oder Markenwerbung?
- Exportförderung durch den Staat (Ministerium?) oder durch private Unternehmen(-zusammenschlüsse)?
- Qualitätssicherung durch den Staat oder durch private Unternehmen und Organisationen?

Analyse der gesamtpolitischen Einordnung



Die Institution CMA ist im Kontext der Gesamtgesellschaft zu sehen

- > Derartige Analyse fehlt: Um Ansatzpunkte zur weiteren Diskussion zu liefern, einige Überlegungen
- > Eigentlich wäre eine gesamtgesellschaftliche Diskussion unbedingt notwendig

Konsequenzen für die Arbeit der CMA: Vorschläge zur Diskussion Absatzförderung Inland I



- Informations- und Absatzförderung in Funk und Fernsehen nur (soweit sinnvoll) im Rahmen der (kofinanzierten) EU-Programme
- Ansonsten vollständiger Verzicht auf Funk- und Fernsehwerbung
- Unterstützung der Regionen und deren Initiativen (z.B. bei Einwerbung von EU-Mitteln)
- Markenwerbung immer erfolgreicher als Gattungswerbung (nur generische Werbung nach dem Äquivalenzprinzip und Verbot der (unzulässigen) Herausstellung der deutschen Herkunft)
- Eigenwerbung der Institution CMA wenig sinnvoll
- Werbung für Sicherheit schädlich

Konsequenzen für die Arbeit der CMA: Vorschläge zur Diskussion Absatzförderung Inland II



- Unterstützung der regionalen Projekte etc.
- Unterstützung der Produktgruppen in der Selbstorganisation (z.B. mit Recht, die Produktabgaben selbst festzulegen und selbst über deren Verwendung zu bestimmen)
- Produktwerbung oder Markenwerbung?
Dies sollte die jeweilige Produktgruppe entscheiden

→ Gesamtgesellschaftliches Umfeld
beachten

Konsequenzen für die Arbeit der CMA: Vorschläge zur Diskussion Exportförderung



- Mögliche Organisationsmodelle:
 - Exportförderung durch Stiftung öffentlichen Rechts
(nur Lebensmittel oder für alle Produkte?)
 - Angliederung an Ministerium (BMELV?,
Wirtschaftsministerium?, Außenministerium?)
 - Angliederung an Industrie- und Handelskammer
 - Exportförderung durch einzelne Produktgruppen selber?
- Gesamtgesellschaftliches Umfeld beachten

Konsequenzen für die Arbeit der CMA: Vorschläge zur Diskussion Qualitätssicherung



- Es gibt bereits die QS GmbH

→ Gesamtgesellschaftliches Umfeld beachten



Konsequenzen für die Arbeit der CMA: Vorschläge zur Diskussion Ernährungsberatung



„Wertigkeit von Lebensmitteln“ als tragfähiges
Konzept????

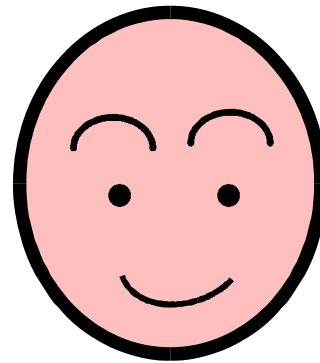
Gesamtgesellschaftliches Umfeld beachten: DGE,
private Ernährungsberatung, Hochschulen, etc.

→ Gesamtgesellschaftliches Umfeld beachten

Konsequenzen für die Arbeit der CMA



Neuorganisation der Aufgabenbereiche
im gesamtgesellschaftlichen und
gesamteuropäischen Kontext sehen:
Mit der wirtschaftlichen Entwicklung findet
tendenziell ein Entwicklung von
staatlichen zu halbstaatlichen und
privaten Organisationsformen statt



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit