

**Verordnung
über die Unterstützung der Absatzförderung
für Landwirtschaftsprodukte
(Landwirtschaftliche Absatzförderungsverordnung, LAFV)**

vom 9. Juni 2006 (Stand am 4. Juli 2006)

Der Schweizerische Bundesrat,

gestützt auf die Artikel 12 Absatz 4 und 177 Absatz 1 des Landwirtschaftsgesetzes vom 29. April 1998¹ (LwG),

verordnet:

1. Abschnitt: Allgemeine Bestimmungen

Art. 1 Unterstützte Vorhaben

¹ Finanzhilfen zur Unterstützung der Absatzförderung für schweizerische Landwirtschaftsprodukte können gewährt werden für:

- a. national organisierte Vorhaben mit Zielmärkten im In- oder Ausland;
- b. überregional organisierte Vorhaben mit Zielmärkten im Inland und im grenznahen Ausland;
- c. regional organisierte Vorhaben mit Zielmärkten im Inland und im grenznahen Ausland.

² Die Finanzhilfe wird gewährt für:

- a. Massnahmen im Bereich der Marketing-Kommunikation einschliesslich national organisierte Informationsmassnahmen über die schweizerische Landwirtschaft;
- b. die Teilnahme an nationalen und internationalen Veranstaltungen, Messen oder Ausstellungen;
- c. Kommunikationsmassnahmen betreffend Bio-Produkte nach Artikel 15 LwG sowie Erzeugnisse mit geschützter Ursprungsbezeichnung (GUB) oder geschützter geografischer Angabe (GGA) nach Artikel 16 LwG;
- d. Marktforschung und Wirkungskontrollen im Bereich der unterstützten Informations- und Absatzförderungsmassnahmen.

³ Unterstützt werden gemeinsame Vorhaben mehrerer juristischer oder natürlicher Personen. Vorhaben Einzelner werden nicht unterstützt.

Art. 2 Nicht unterstützte Massnahmen

Nicht unterstützt werden:

- a. Massnahmen in den Bereichen Preisgestaltung, Distribution oder Produktentwicklung, einschliesslich Verpackungsgestaltung;
- b. Massnahmen im Bereich der politischen Kommunikation;
- c. interne Kommunikation oder Öffentlichkeitsarbeit zu Gunsten von Organisationen oder Firmen;
- d. Firmen-, Sorten- und Markenwerbung im Inland oder anderweitige Massnahmen, die wettbewerbsverzerrend wirken könnten;
- e. Massnahmen, die auch selbsttragend finanziert werden könnten;
- f. Massnahmen, die sich vorwiegend an ein landwirtschaftliches Zielpublikum im Inland richten;
- g. mehrere gleichartige Massnahmen verschiedener Organisationen, die auch gemeinsam realisiert werden könnten;
- h. Massnahmen zugunsten von Tabak, Spirituosen und Betäubungsmitteln nach Artikel 1 des Betäubungsmittelgesetzes vom 3. Oktober 1951².

Art. 3 Landwirtschaftsprodukte

¹ Als Landwirtschaftsprodukte im Sinne dieser Verordnung gelten:

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

² Die Produkte müssen grundsätzlich im Sinne der Lebensmittelgesetzgebung vollständig in der Schweiz erzeugt worden sein.

Art. 4 Anrechenbare Kosten

¹ Als anrechenbare Kosten gelten Aufwendungen im Rahmen von Artikel 1 Absatz 2, die tatsächlich entstanden und für die zweckmässige Realisierung der Absatzförderungsmassnahme erforderlich sind.

² Anrechenbar sind die Personalkosten, einschliesslich Arbeitsplatzkosten, die dem Vorhaben direkt zurechenbar sind. Das Bundesamt für Landwirtschaft (Bundesamt) kann Höchstsätze oder Obergrenzen festlegen.

³ Es sind nur Kosten anrechenbar, die unmittelbar für die Realisierung des Vorhabens anfallen.

Art. 5 Eigene finanzielle Mittel

¹ Die Vorhaben sind zu einem ausreichenden Anteil durch eigene finanzielle Mittel zu finanzieren.

² Nicht als eigene finanzielle Mittel gelten insbesondere:

- a. Einnahmen aus kommerziellen Aktivitäten im Rahmen des unterstützten Projekts;
- b. Sach- und Dienstleistungssponsoring;
- c. Arbeitsleistungen, die durch Dritte entschädigt werden;
- d. Finanzhilfen und Abgeltungen des Bundes.

2. Abschnitt: National organisierte Vorhaben**Art. 6** Grundsatz

Je Produkt oder Produktgruppe gemäss Anhang, für Bio-Produkte sowie für GUB/GGA wird jeweils nur ein Vorhaben unterstützt.

Art. 7 Gemeinsames Erscheinungsbild

¹ National organisierte, produktspezifische Vorhaben mit Zielmärkten im In- und Ausland werden nur unterstützt, wenn die Kommunikationsinhalte eindeutig Bezug auf die schweizerische Herkunft der Erzeugnisse nehmen.

² Das Eidgenössische Volkswirtschaftsdepartement (EVD) bestimmt, welche Anforderungen die unterstützten Kommunikationsmassnahmen in Bezug auf ein gemeinsames Erscheinungsbild erfüllen müssen.

Art. 8 Höhe und Art der Finanzhilfen

¹ Die Finanzhilfe kann höchstens 50 Prozent der anrechenbaren Kosten betragen.

² Bei regionalen Teilprojekten von national organisierten Vorhaben oder anderen Teilprojekten, die nicht allen Anbietern desselben Produktes auf nationaler Ebene offen stehen, kann die Finanzhilfe höchstens 25 Prozent der anrechenbaren Kosten betragen.

³ Die Finanzhilfen werden mit Verfügung gewährt.

Art. 9 Anforderungen an die unterstützten Massnahmen

¹ Vorhaben müssen die folgenden Anforderungen erfüllen:

- a. Die Massnahmen müssen eine positive Wirkung auf den Absatz landwirtschaftlicher Erzeugnisse oder auf den Produzentenpreis ausüben.
- b. Die eingesetzten Mittel müssen in einem angemessenen Verhältnis zur erzielten Wertschöpfung und zu den Wirkungszielen stehen.

- c. Die Anforderungen nach Artikel 7 müssen erfüllt sein.
 - d. Die erforderlichen eigenen finanziellen Mittel müssen vorhanden sein.
 - e. Die Massnahmen dürfen nicht auf vergleichender Werbung gegenüber anderen schweizerischen Landwirtschaftsprodukten beruhen.
 - f. Die personellen und organisatorischen Voraussetzungen müssen für die Realisierung des Vorhabens genügen. Insbesondere müssen die verantwortlichen Personen über entsprechende Kompetenzen in den Bereichen Marketing, Public Relations oder Werbung verfügen.
- ² Die Gesuchstellenden müssen über eine strategische Mehrjahresplanung verfügen. Diese ist mindestens alle vier Jahre zu aktualisieren.
- ³ Die Gesuchstellenden müssen für jedes Realisierungsjahr qualitative und quantitative Ziele festlegen und über ein entsprechendes Konzept für die Wirkungskontrolle verfügen.
- ⁴ Sie müssen eine unabhängige Revisionsstelle mit der Prüfung der Buchhaltung und der Abrechnungsunterlagen beauftragen.

Art. 10 Besondere Voraussetzungen und Auflagen für Massnahmen mit Zielmarkt im Inland

- ¹ Die Marketing-Kommunikation mit Zielmarkt im Inland darf nicht primär Inlandprodukte konkurrenzieren.
- ² Massnahmen zur Absatzförderung für Wein im Inland werden nur unterstützt, wenn diese:
- a. keine Trinkszenen enthalten;
 - b. sich nicht an Jugendliche richten;
 - c. einen Hinweis auf eine der Botschaften des Präventivprogramms «Alles im Griff?» des Bundes enthalten.
- ³ Landwirtschaftsnahe Dienstleistungen im Bereich Agrotourismus werden nur im Rahmen eines einzigen national koordinierten Vorhabens unterstützt.

3. Abschnitt: Überregional organisierte Vorhaben

Art. 11

- ¹ Überregional organisierte Vorhaben können für die Bereiche der gemeinsam realisierten Marketingkommunikation, der Koordination sowie für die Erbringung von Dienstleistungen an regional organisierte Vorhaben unterstützt werden.
- ² Die Finanzhilfe kann höchstens 50 Prozent der anrechenbaren Kosten betragen.
- ³ Bei regionalen Teilprojekten von überregional organisierten Vorhaben kann die Finanzhilfe höchstens 25 Prozent der anrechenbaren Kosten betragen.

⁴ Die eigenen finanziellen Mittel, ohne Beiträge der Kantone, müssen mindestens 25 Prozent der anrechenbaren Kosten betragen.

⁵ Die Vorhaben müssen die Anforderungen von Artikel 9 erfüllen.

4. Abschnitt: Regional organisierte Vorhaben

Art. 12

¹ Als regional organisierte Vorhaben gelten Aktivitäten einer Gruppierung, welche mehrere, aus einer Region stammende Produkte zusammenfassen.

² Die Unterstützung von regional organisierten Vorhaben beträgt:

- a. Im Rahmen einer Vorbereitungsphase: höchstens 50 Prozent der anrechenbaren Kosten, höchstens aber 20 000 Franken für die Marktabklärung und fachliche Begleitung;
- b. im Rahmen einer Aufbauphase: höchstens 50 Prozent der anrechenbaren Kosten für die Dauer von höchstens vier Jahren;
- c. im Rahmen einer zusätzlichen Konsolidierungsphase: höchstens 25 Prozent der anrechenbaren Kosten für die Dauer von höchstens vier Jahren;

³ Die Vorhaben müssen die Anforderungen von Artikel 9 erfüllen.

⁴ Regionale Vorhaben werden nur dann nach Absatz 2 Bst. b und c unterstützt, wenn von den Gesuchstellenden anhand eines Businessplans dargelegt werden kann, dass nach Abschluss der Finanzhilfe eine selbsttragende Finanzierung und Weiterführung des Vorhabens zu erwarten ist. Die Gesuchstellenden legen die Massnahmen fest, welche eine kontinuierliche Erhöhung der Eigenfinanzierung sicherstellen.

⁵ Die Finanzhilfe ist so festzulegen, dass sie am Ende der Aufbau- oder Konsolidierungsphase durch die entsprechende Eigenfinanzierung abgelöst werden kann.

⁶ Die eigenen finanziellen Mittel, ohne Beiträge der Kantone, müssen mindestens 25 Prozent der anrechenbaren Kosten betragen.

5. Abschnitt: Grundsätze der Mittelzuteilung

Art. 13

¹ Von den im Rahmen der bewilligten Kredite verfügbaren Mitteln werden für folgende Bereiche mindestens eingesetzt:

- a. 5 Prozent für regional und überregional organisierte Vorhaben;
- b. 5 Prozent für national organisierte Informationsmassnahmen über die schweizerische Landwirtschaft;
- c. 5 Prozent für gemeinsame Dachkampagnen im Zusammenhang mit Artikel 7 Absatz 1;

- d. 5 Prozent für Basiskommunikation betreffend schweizerische Bio-Produkte nach Artikel 15 LwG sowie Erzeugnisse mit GUB oder GGA nach Artikel 16 LwG.

² Die übrigen verfügbaren Mittel werden vom Bundesamt auf Grund der Investitionsattraktivität der landwirtschaftlichen Erzeugnisse und aufgrund der verfügbaren Eigenmittel den Produkten bzw. den Produktgruppen nach Anhang zugeordnet.

³ Zur Abschätzung der Investitionsattraktivität der einzelnen Produkte bzw. Produktgruppen erstellt das Bundesamt mindestens alle vier Jahre eine Portfolio-Analyse.

⁴ Grundlagen der Portfolio-Analyse bilden:

- a. die Beurteilung der Attraktivität der Zielmärkte für Absatzförderungsmassnahmen;
- b. die Beurteilung der Wettbewerbsposition der einzelnen Produkte oder Produktgruppen.

⁵ Das Bundesamt kann von den Grundsätzen der Mittelzuteilung nach den Absätzen 1 und 2 abweichen, insbesondere zugunsten produktübergreifender Vorhaben, von Teilnahmen an Veranstaltungen, Messen und Ausstellungen und von Massnahmen im Bereich des Agrotourismus.

6. Abschnitt: Verfahren

Art. 14 Gesuche für national und überregional organisierte Vorhaben

¹ Die Gesuche für national organisierte Vorhaben sind jeweils im Vorjahr bis zum 31. Mai und für überregional organisierte Vorhaben bis zum 30. September beim Bundesamt einzureichen. Sie müssen eine Beschreibung des Vorhabens, ein Budget, einen Finanzierungsplan sowie ein Konzept für die Wirkungskontrolle enthalten.

² Das Bundesamt erlässt Weisungen über die Form und den weiteren Inhalt der Gesuche.

Art. 15 Gesuche für regional organisierte Vorhaben

¹ Gesuche für regional organisierte Vorhaben sind mit einer Beurteilung der zuständigen kantonalen Behörde beim Bundesamt einzureichen. Sie müssen eine Beschreibung des Vorhabens, einen Businessplan, ein Budget, einen Finanzierungsplan sowie ein Konzept für die Wirkungskontrolle enthalten.

² Bei Vorhaben, die eine wesentliche nicht-landwirtschaftliche Beteiligung aufweisen, entscheidet das Bundesamt nach Rücksprache mit den mitinteressierten Bundesbehörden.

³ Das Bundesamt und die Kantone regeln die Informations- und Aufsichtspflichten bezüglich der im Rahmen dieser Verordnung unterstützten Vorhaben in einer Vereinbarung.

⁴ Das Bundesamt erlässt Weisungen über die Form und den weiteren Inhalt der Gesuche.

Art. 16 Entscheid über die Finanzhilfe und Festlegung des endgültigen Betrages

¹ Auf Grund der Beurteilung entscheidet das Bundesamt über die Gewährung der Finanzhilfen mittels Verfügung. Der Entscheid für national organisierte Vorhaben erfolgt jährlich bis zum 30. November.

² Es legt die Zahlungsmodalitäten im Einzelfall fest.

³ Die Festlegung des endgültigen Betrages erfolgt jeweils aufgrund der Prüfung der definitiven Abrechnung der Gesuchstellenden.

Art. 17 Wirkungskontrolle und Berichterstattung

¹ Die Finanzhilfeempfänger sind verpflichtet, eine Wirkungskontrolle zu realisieren. Die Ergebnisse der Massnahmen sind im Rahmen einer jährlichen Berichterstattung dem Bundesamt zu unterbreiten, spätestens vor der Schlusszahlung.

² Das Bundesamt legt in einer Weisung Mindestanforderungen an die Wirkungskontrolle und die Berichterstattung fest.

7. Abschnitt: Schlussbestimmungen**Art. 18** Vollzug

Das Bundesamt vollzieht diese Verordnung.

Art. 19 Aufhebung bisherigen Rechts

Die Verordnung vom 7. Dezember 1998³ über die Unterstützung der Absatzförderung für Landwirtschaftsprodukte wird aufgehoben.

Art. 20 Übergangsbestimmungen

¹ Für Gesuche national und überregional organisierter Vorhaben mit Realisierungsjahr 2007 gilt altes Recht.

² Das EVD hat die Anforderungen nach Artikel 7 Absatz 2 bis spätestens Ende August 2007 zu erlassen.

Art. 21 Inkrafttreten

Diese Verordnung tritt am 1. Januar 2007 in Kraft.

³ [AS 1998 3205, 2000 187 Art. 22 Abs. 1 Ziff. 23, 2002 4311, 2003 5415]

Anhang
(Art. 6 und 13)

Produkte und Produktgruppen im Sinne dieser Verordnung

- a. Milch und Milchprodukte;
- b. Käse (Inland, Ausland);
- c. Fleisch;
- d. Kartoffeln;
- e. Getreide;
- f. Ölsaaten;
- g. Gemüse;
- h. Obst;
- i. Obstsaft;
- j. Erzeugnisse des produzierenden Gartenbaus (Schnittblumen, Topf- und Zierpflanzen);
- k. Wein;
- l. Eier;
- m. Zucht- und Nutztiere;
- n. Fische;
- o. Honig;
- p. Pilze.