



Europäischer Wirtschafts- und Sozialausschuss

NAT/625
Informations- und
Absatzförderungsmaßnahmen für
Agrarerzeugnisse

Brüssel, den 30. April 2014

STELLUNGNAHME

des Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschusses
zu dem

Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates über Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarerzeugnisse im Binnenmarkt und in Drittländern
COM(2013) 812 final – 2013/0398 (COD)

Berichtersteller: **Igor ŠARMÍR**

Das Europäische Parlament und der Rat beschlossen am 9. Dezember 2013 bzw. am 11. Dezember 2013, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss gemäß Artikel 42, Artikel 43 Absatz 2 und Artikel 304 AEUV um Stellungnahme zu folgender Vorlage zu ersuchen:

Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates über Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarerzeugnisse im Binnenmarkt und in Drittländern
COM(2013) 812 final – 2013/0398 (COD).

Die mit den Vorarbeiten beauftragte Fachgruppe Landwirtschaft, ländliche Entwicklung, Umweltschutz nahm ihre Stellungnahme am 1. April 2014 an.

Der Ausschuss verabschiedete auf seiner 498. Plenartagung am 29./30. April 2014 (Sitzung vom 30. April) mit 154 gegen 4 Stimmen bei 4 Enthaltungen folgende Stellungnahme:

*

* *

1. Schlussfolgerungen und Empfehlungen

- 1.1 Der Europäische Wirtschafts- und Sozialausschuss (EWSA) würdigt das Bemühen der Kommission, die Absatzförderungs politik für europäische Agrarerzeugnisse einfacher und wirksamer zu machen.
- 1.2 Der EWSA begrüßt insbesondere die Tatsache, dass die Kommission anstrebt, die für die Unterstützung von Absatzförderungsmaßnahmen bestimmten Haushaltsmittel erheblich aufzustocken und eine echte Förderstrategie einzuführen.
- 1.3 Der EWSA erkennt, dass die Absatzförderung in Drittländern stärker unterstützt werden muss, da hier ein großes Potenzial zur Aufnahme europäischer Agrarerzeugnisse besteht; bislang betrafen weniger als 30% der für Absatzförderungsmaßnahmen bestimmten Haushaltsmittel diese Länder. Gleichwohl sieht der Ausschuss ein gewisses Missverhältnis zwischen dem ehrgeizigen Ziel, 75% des Haushalts für Förderungsmaßnahmen in Drittländern zu verwenden, und den realen Herausforderungen des europäischen Agrar- und Ernährungssektors. Eine angemessene Aufteilung der für die Absatzförderung in Europa und den Drittländern bestimmten Mittel läge wohl eher bei 50%-50%.
- 1.4 Nach Auffassung des EWSA sind die europäischen Agrarerzeugnisse im Binnenmarkt einer wachsenden Konkurrenz durch die Importerzeugnisse ausgesetzt. Aus diesem Grund ist es notwendig, die Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für europäische

Agrarerzeugnisse in der EU zu intensivieren und dies umso mehr, als sich die überwiegende Mehrheit der europäischen Verbraucher der komparativen Vorteile dieser Erzeugnisse nicht bewusst ist.

- 1.5 Der EWSA empfiehlt, dass es in klar definierten Ausnahmefällen möglich sein sollte, die Agrarerzeugnisse eines Mitgliedstaates auf seinem eigenen Gebiet zu fördern.
- 1.6 Er empfiehlt ferner, dass die Zweitverarbeitungserzeugnisse (die nicht unter Anhang I des AEUV fallen) ausdrücklich in Artikel 5 als in Betracht kommende Erzeugnisse erwähnt werden; auch fordert er, dass die ausdrückliche Ausnahme der Fischerei- und Aquakulturerzeugnisse aufgehoben wird.
- 1.7 Der EWSA empfiehlt, dass die Absatzförderung von Wein nicht nur dann von der EU unterstützt werden können sollte, wenn ein anderes Nahrungsmittel Teil des jeweiligen Programms ist, sondern auch, wenn das Programm mit einem Agrotourismus-Projekt verknüpft ist.
- 1.8 Der Ausschuss empfiehlt außerdem, dass die EU-Unterstützung für die Absatzförderung von Milch für Kinder in Schulen der Europäischen Union bis zu 60% der Kosten erreichen darf, wie im Fall von Obst und Gemüse.
- 1.9 Der EWSA fordert die Einhaltung der Verpflichtung seitens der Mitgliedstaaten, sich bis zu 30% an den Kosten für die Absatzförderungskampagnen zu beteiligen. Andernfalls werden viele potenzielle Kandidaten nicht die für die Umsetzung der Absatzförderungsprogramme erforderlichen Finanzmittel besitzen. Der EWSA drängt darauf, dass die Berufsverbände in allen Mitgliedstaaten dieselben Möglichkeiten haben, für die Absatzförderung ihrer Agrarerzeugnisse Unterstützung in Anspruch zu nehmen.
- 1.10 Der EWSA empfiehlt, dass die von den Verbänden eingereichten Anträge auf Unterstützung durch die EU an der einzigen Anlaufstelle der Kommission eingereicht werden und dass die Informationen zu jedem Antrag im Vorfeld der endgültigen Kommissionsentscheidung an den Mitgliedstaat weitergeleitet werden, aus dem der beantragende Verband stammt.
- 1.11 Der EWSA empfiehlt, dass die Verwaltungsverfahren im Zusammenhang mit der Vorbereitung und Überwachung der Absatzförderungsprogramme vereinfacht werden, insbesondere dadurch, dass die Kommission künftig weniger Berichte verlangt. Die Reduzierung des Verwaltungsaufwandes ist ganz besonders wichtig. Notwendig ist auch ein höherer Grad an Flexibilität, damit die Programme an die im Verlauf der Umsetzungsphase wechselnden Marktbedingungen angepasst werden können. Dazu müssten bei der Vorlage der Programme weniger detaillierte Informationen verlangt werden¹.

1

Stellungnahme des EWSA zum Thema *Den Verbraucher auf den Geschmack bringen: eine Strategie mit hohem europäischen Mehrwert zur Absatzförderung für Europas Agrarerzeugnisse*, [ABl. C 43 vom 15. Februar 2012, S. 59-64](#).

2. Allgemeine Bemerkungen

- 2.1 Die Absatzförderungs politik für Agrarerzeugnisse ist notwendig, um den Aufschwung der europäischen Landwirtschaft zu gewährleisten. Denn die in der Agrar- und Ernährungswirtschaft Tätigen sind einem immer härteren Wettbewerb ausgesetzt, um sich auf dem europäischen und weltweiten Markt zu behaupten.
- 2.2 Die Verordnung (EG) Nr. 3/2008 ermöglichte es, von der Europäischen Union unterstützte Absatzförderungsmaßnahmen umzusetzen. Es hat sich gezeigt, dass die einschlägigen Mechanismen besser den Herausforderungen der globalisierten Wirtschaft gewachsen waren, als es das vorherige System nach Maßgabe der Verordnungen (EG) Nr. 2702/1999 und 2826/2000 war. Die im Einklang mit der Verordnung (EG) Nr. 3/2008 verfolgten Absatzförderungskampagnen stellten die Qualität, den Nährwert und die Sicherheit der europäischen Agrarerzeugnisse in den Vordergrund und machten ferner auf andere Merkmale und Vorteile dieser Erzeugnisse aufmerksam, wie etwa Produktionsmethoden, Kennzeichnung, artgerechte Tierhaltung und Umweltschutz. Die Absatzförderungsmaßnahmen wurden in Gestalt von Werbekampagnen, Fördermaßnahmen am Verkaufsort, PR-Kampagnen, Teilnahme an Ausstellungen und Messen u.a. durchgeführt. Zwischen 2000 und 2012 hat die EU 552 Absatzförderungsprogramme mitfinanziert.
- 2.3 Gleichwohl haben die Erfahrungen mit der Unterstützungsregelung für die Absatzförderung von Agrarerzeugnissen nach Maßgabe der Verordnung (EG) Nr. 3/2008 bereits deren Grenzen aufgezeigt, da es sich insbesondere in wirtschaftlichen und finanziellen Krisenzeiten als unverzichtbar erweist, mehr Mittel bereit zu stellen und die Förderungsmaßnahmen zielgerechter zu gestalten.
- 2.4 Im Vorfeld dieses Vorschlags wurden bereits das *Grünbuch Den Verbraucher auf den Geschmack bringen: eine Strategie mit hohem europäischen Mehrwert zur Absatzförderung für Europas Agrarerzeugnisse* (COM(2011) 436 final) und die *Mitteilung der Europäischen Kommission Den Verbraucher auf den Geschmack bringen: eine Absatzförderungs- und Informationsstrategie mit hohem europäischen Mehrwert für die Agrarerzeugnisse Europas* (COM(2012) 148 final) veröffentlicht. Der Europäische Wirtschafts- und Sozialausschuss hat zu beiden Dokumenten Stellung genommen². Es ist erfreulich, dass die Kommission weitgehend den Schlussfolgerungen und Empfehlungen des EWSA in seinen beiden Stellungnahmen Rechnung trug, insbesondere bezüglich der Aufstockung der Haushaltsmittel und der Vereinfachung des Verfahrens.

2

[ABl. C 43 vom 15. Februar 2012, S. 59-64](#) und [ABl. C 299 vom 4. Oktober 2012, S. 141-144](#).

- 2.5 Eine weitere mit dem Vorschlag verfolgte Zielsetzung ist die Einführung einer europäischen Absatzförderungsstrategie, die eine bessere Zielgerichtetheit der Maßnahmen ermöglichen dürfte. Im Zuge dieser Strategie dürfte die Zahl der auf Drittländer zugeschnittenen Programme ebenso erhöht werden wie die "Multi"-Programme (die von Organisationen mehrerer Mitgliedstaaten eingereicht werden) und es dürfte der Tatsache Abhilfe geschaffen werden, dass die Verbraucher im Binnenmarkt die Vorteile der europäischen Agrarerzeugnisse kaum kennen. So waren zwischen 2010 und 2011 tatsächlich nur knapp 30% der für Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen bestimmten Mittel für Drittmärkte bestimmt, obwohl diese Märkte ein großes Wachstumspotenzial bieten. Außerdem erkennen lediglich 14% der Unionsbürger die Gütezeichen von Erzeugnissen mit geschützter Ursprungsbezeichnung (g.U.) oder geschützter geografischer Angabe (g.g.A.).
- 2.6 Dem Vorschlag zufolge sollte der Gesamtbetrag der Beihilfen erheblich aufgestockt werden und für die Bewertung der Projekte sollte ausschließlich die Europäische Kommission zuständig sein, ohne dass vorher eine erste Evaluierung im Mitgliedstaat erfolgt.
- 2.7 Weitere wichtige Neuerungen betreffen die mögliche Angabe des Ursprungs und der Handelsmarken der Erzeugnisse, die Erweiterung der Gruppe der Begünstigten auf die Erzeugerorganisationen und eine größere Zahl in Betracht kommender Erzeugnisse.

3. Besondere Bemerkungen

3.1 Die neue Absatzförderungsstrategie

- 3.1.1 Eines der erklärten Ziele der künftigen Absatzförderungsstrategie besteht darin, die Maßnahmen in den Drittländern in stärkerem Maße zu unterstützen. Dieses Ziel ist zweifelsfrei sinnvoll, weil diese neuen Märkte einen Großteil der europäischen Produktion aufnehmen können, sofern es gelingt, die dortigen Verbraucher von den spezifischen Vorteilen der europäischen Agrarerzeugnisse zu überzeugen. Gleichwohl sollte diese strategische Priorität den Absatzförderungsbemühungen auf dem Binnenmarkt nicht abträglich sein, wo die europäischen Lebensmittel ebenfalls einer immer schärferen Konkurrenz durch Importerzeugnisse ausgesetzt sind. Vor diesem Hintergrund erscheinen die angestrebten 75% der für die Durchführung von Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen für Agrarerzeugnisse der EU auf Drittlandsmärkten geschätzten Ausgaben (Erwägungsgrund 8 des Vorschlags) unverhältnismäßig und gegenüber den realen Herausforderungen der europäischen Landwirtschaft als übermäßig. Eine ausgewogenere Zielsetzung könnte eine Zuweisung von 50% der Ausgaben sein.
- 3.1.2 Die Preise für Importerzeugnisse sind häufig niedriger als für europäische Erzeugnisse, und zwar nicht nur wegen der geringeren sozioökonomischen Kosten, sondern auch wegen der Produktionsnormen, die in Bezug auf die Sicherheit und Rückverfolgbarkeit der Nahrungsmittel und der Gesundheit und Sicherheit der Arbeitnehmer weniger streng sind. Doch sind sich, wie im Vorschlag zu lesen ist, die meisten Verbraucher in den

Mitgliedstaaten der "Gesamtqualität"³ der europäischen Agrarerzeugnisse nicht bewusst. Folglich gilt es, die Absatzförderung für europäische Erzeugnisse auf dem Binnenmarkt mindestens ebenso stark zu betreiben wie auf den Drittmärkten. Dies erweist sich also umso vordringlicher, als die meisten Unionsbürger, im Gegensatz zur mehrheitlichen Bevölkerung in den Drittländern, die Mittel haben, um für die Vorteile dieser Erzeugnisse zu bezahlen, die sie auch weiterhin kaufen werden, sofern diese Vorteile für sie überzeugend sind. Im Zuge der Globalisierung und der Auswirkungen der Krise auf einen Großteil der europäischen Bevölkerung wird die EU zwangsläufig immer mehr von Billigprodukten aus Drittländern überschwemmt werden.

- 3.1.3 Gemäß den EU-Vorschriften ist es verboten, Erzeugnisse eines einzigen Mitgliedstaates zu fördern, da eine solche Absatzförderung als Protektionismus ausgelegt werden könnte. Dieses Verbot scheint logisch, da im Binnenmarkt keine Hindernisse bestehen dürfen. Gleichwohl scheint es in einigen Fällen angezeigt, Ausnahmeregelungen zuzulassen. Dies gilt insbesondere dann, wenn einige Ziele der europäischen Integration auf dem Spiel stehen, wie z.B. das Ziel einer ausgewogenen regionalen Entwicklung. So kann es mitunter passieren, dass die Marktkräfte die heimische Produktion eines Mitgliedstaates durch Importerzeugnisse aus einem anderen Mitgliedstaat ersetzen, sodass der Aufschwung der Landwirtschaft in einem Land auf Kosten der Landwirtschaft eines anderen Landes erreicht wird. Aus diesem Grund ist es nach Ansicht des Ausschusses gerechtfertigt, in Ausnahmefällen und nach klaren Kriterien die Förderung von Agrarerzeugnissen eines Mitgliedstaates auf seinem Binnenmarkt zu genehmigen und zu unterstützen.
- 3.1.4 Zu den Prioritäten der Europäischen Union gehören eine ausgewogene territoriale und soziale Entwicklung sowie die Ernährungssicherheit. Doch ist die Entwicklung alles andere als ausgewogen und eine Besserung der Lage zeichnet sich nicht ab. Andererseits fiel die Quote der Ernährungssicherheit in mehreren Mitgliedstaaten gerade unter eine besorgniserregende Schwelle: so liegt z.B. in der Slowakei der Grad der Selbstversorgung nur noch bei 47%. Eine leistungsfähige Landwirtschaft ist ohne jeden Zweifel das sine qua non, um die beiden oben erwähnten Ziele zu erreichen, und die Landwirtschaft kann nicht korrekt funktionieren, wenn sie nicht genügend Absatzmärkte hat. Der in einigen Mitgliedstaaten zu beobachtende Rückgang der Landwirtschaft steht in direktem Zusammenhang mit dem Rückgang beim Verkauf inländischer Agrarerzeugnisse auf dem nationalen Binnenmarkt. Dafür gibt es vielfältige Gründe, doch kommt die Wiederankurbelung der Landwirtschaft u.a. nicht ohne Informationskampagnen aus, die sich an die inländischen Verbraucher richten und die Vorteile der inländischen Erzeugnisse preisen.
- 3.1.5 Zuverlässigen Angaben zufolge ist der Verkaufsrückgang bei einheimischen Erzeugnissen in einigen Mitgliedstaaten nicht immer die Folge eines besseren Preis-Leistungsverhältnisses bei Importerzeugnissen. Er kann auch mit anderen Faktoren zusammenhängen. So sind

3

Stellungnahme des EWSA "Das gemeinschaftliche Agrarmodell: Produktionsqualität und Verbraucherkommunikation als Elemente der Wettbewerbsfähigkeit", [ABl. C 18 vom 19. Januar 2011, S. 5-10](#).

beispielsweise die wichtigsten Großhandelsakteure in den ehemaligen kommunistischen Ländern Mitteleuropas Handelsgesellschaften aus Westeuropa, die selbstverständlich bevorzugte Beziehungen zu den Lieferanten der Länder unterhalten, in denen sie vorher ihren Sitz hatten und in denen häufig ihre Einkaufszentren für die neuen Länder angesiedelt sind.

3.2 In Betracht kommende Erzeugnisse

- 3.2.1 Der sechste Erwägungsgrund des Vorschlags und die von der Kommission veröffentlichten offiziellen Dokumente lassen erkennen, dass die Absatzförderungsregelung künftig allen Agrarerzeugnissen offen steht, die nicht unter Anhang I AEUV fallen (Zweitverarbeitungsagrarerzeugnisse) und im Rahmen der europäischen Qualitätssysteme in Betracht kommen, wie Schokolade, Süßwaren, Bier u.a. Diese Öffnung gilt als eine der wichtigsten Neuerungen im Zuge der neuen Regelung. Gleichwohl wird sie in Artikel 5 des Vorschlags, der sich auf in Betracht kommende Erzeugnisse und Themen bezieht, nicht erwähnt, da darin nur jene aus Agrarerzeugnissen hergestellte Lebensmittel als in Betracht kommend definiert werden, die in Anhang I erwähnt werden, plus Wein und Spirituosen. Dies ist insofern problematisch, als diese Bestimmungen inhaltlich nicht klar sind.
- 3.2.2 Unter den in Betracht kommenden Erzeugnissen ist Wein das einzige, für das die Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen an eine Bedingung geknüpft sind. Die Bedingung lautet, dass gleichzeitig auch ein anderes Erzeugnis gefördert werden muss. Das lässt sich dadurch erklären, dass die Information und Absatzförderung für EU-Weine eine der Leitmaßnahmen der von der GAP im Rahmen der Gemeinsamen Marktorganisation vorgesehenen Unterstützungsprogramme für den Weinsektor ist. Gleichwohl wird der Grundsatz, dass Wein gleichzeitig mit einem anderen Erzeugnis gefördert werden muss, durch die Ausnahme der Fischerei- und Aquakulturerzeugnisse, die sich als natürliche Begleitung bestimmter Weine anbieten, in Frage gestellt. Der Ausschuss fordert, dass die Ausnahme dieser Erzeugnisse in Artikel 5 aufgehoben wird.
- 3.2.3 Auf der anderen Seite sind die europäischen Weine einem besonders harten Wettbewerb seitens der "Weine aus der Neuen Welt" ausgesetzt, was sich in einem Rückgang der Produktion in Europa und durch einen Anstieg der Produktion in Ländern wie Chile, Argentinien, Südafrika, Australien, Vereinigte Staaten, ja sogar China niederschlägt. Die Gründe hierfür sind vielschichtig, aber im Allgemeinen sind die importierten Weine billiger, in Bezug auf die geringeren "Begleiterscheinungen" vorteilhaft (sehr wenige geografische Angaben, keine offizielle Qualitätskontrolle, mit dem Jahrgang oder dem sehr viel kleineren Produktionsgebiet verbundene typische Merkmale, eine begrenzte Anzahl an Rebsorten u.a.) und ihr Absatz wird intensiv gefördert. Darüber hinaus ist es für die großen Einzelhandelsunternehmen, die solche Lieferanten suchen, sehr attraktiv, wenn die Erzeuger aus Drittländern regelmäßige Lieferungen in ausreichenden Mengen mit konstanten organoleptischen Eigenschaften zu einem interessanten Preis gewährleisten können. Der europäische Weinsektor hat es aufgrund seiner Vielfältigkeit sehr viel schwerer, diesen Anforderungen zu entsprechen.

- 3.2.4 Die europäischen Qualitätsweine müssen also noch stärker Gegenstand von Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen sein, damit die potenziellen Verbraucher über ihre relativen Vorteile informiert werden können. Wenn die Unterstützung für die Absatzförderung europäischer Weine aus den oben genannten Gründen (Ziffer 3.2.2) an Bedingungen geknüpft sein muss, empfiehlt der EWSA, neben der gleichzeitigen Absatzförderung eines anderen Agrarerzeugnisses eine zusätzliche Option vorzusehen. Diese Alternative würde es ermöglichen, die Absatzförderung von Weinen mit Agrotourismusaktivitäten zu verknüpfen. So hat sich denn auch diese Art der Absatzförderung von Weinen in mehreren mitteleuropäischen Ländern als wirksam erwiesen.
- 3.2.5 Diese gegenseitige fruchtbare Verbindung mit dem Agrotourismus kann im Interesse einer Optimierung der Synergieeffekte auf die Gesamtheit der Erzeugnisse aus Landwirtschaft und Viehzucht, der Fischerei und der Aquakultur ausgedehnt werden, um die Diversifizierung der Einkommensquellen in den ländlichen und Küstenregionen zu fördern.

3.3 Durchführung und Verwaltung der Einzellandprogramme

- 3.3.1 Im Rahmen der Regelung nach Maßgabe der Verordnung (EG) Nr. 3/2008 wählten die nationalen Behörden zwei Mal im Jahr die Kampagnen aus, die für eine Unterstützung durch die EU in Frage kommen konnten. Anschließend leiteten sie die erhaltenen Vorschläge an die Europäische Kommission weiter, die wiederum ihre Auswahl traf. Mit diesem Vorschlag soll das Verfahren dank einer einzigen Anlaufstelle für die Auswahl der Programme vereinfacht werden; die Auswahl wird von der Kommission künftig nur noch ein Mal pro Jahr vorgenommen. Dadurch wird das Verwaltungsverfahren zweifelsfrei gestrafft. Gleichwohl sind für die Verwaltung der Einzellandprogramme (aus einem einzigen Mitgliedstaat) auch künftig mehrere Mitgliedstaaten nach erfolgter Auswahl durch die Kommission zuständig.
- 3.3.2 Der EWSA empfiehlt, dass die von den Verbänden eingereichten Anträge auf Unterstützung durch die EU an der einzigen Anlaufstelle der Kommission eingereicht werden und dass die Informationen zu jedem Antrag im Vorfeld der endgültigen Kommissionsentscheidung an den Mitgliedstaat weitergeleitet werden, aus dem der beantragende Verband stammt.
- 3.3.3 Nach der alten Regelung konnte die Europäische Union die Hälfte der Kosten für die Kampagne finanzieren. Der Beitrag des Branchenverbandes an einer Kampagne musste mindestens 20% der Kosten betragen. Die nationalen Behörden mussten den Rest der Finanzierung tragen⁴. In einigen Fällen (z.B. bei der Absatzförderung von Obst und Gemüse an europäischen Schulen) konnte der Anteil der Europäischen Union bis zu maximal 60% der Kosten betragen.

4

Artikel 13 Absatz 3 der Verordnung (EG) Nr. 3/2008.

- 3.3.4 Die durch den Verordnungsvorschlag geplante Regelung sieht vor, dass die Programme nur von der vorschlagenden Organisation und der Europäischen Union mitfinanziert werden können. Die nationalen Behörden müssen (und können) somit nicht mehr zu den Kosten der Programme beitragen.
- 3.3.5 Die Union kann sich an bis zu 50% der Programmkosten beteiligen, bei Mehrländerprogrammen und bei einem Programm, dass auf ein oder mehrere Länder abzielt und für Maßnahmen zur Förderung des Verzehrs von Obst und Gemüse von Kindern in Schuleinrichtungen der EU sogar bis zu 60%.
- 3.3.6 Nach Ansicht des EWSA sollten künftig mehr Fallbeispiele für einen finanziellen Beitrag der EU in Höhe von 60% der Programmkosten in Betracht kommen. Gleichwohl wird der Beitrag der vorschlagenden Organisation selbstverständlich höher sein als unter der alten Regelung, da die nationalen Behörden sich nicht mehr beteiligen können. Dies wird die Organisationen, die lediglich über bescheidene Finanzmittel verfügen, vermutlich abschrecken mit der Folge, dass die finanziell besser gestellten Organisationen mehr als bislang von der Unterstützung für Informations- und Absatzförderungsaktionen profitieren werden.
- 3.3.7 In den Augen des EWSA ist es somit wünschenswert, dass die nationalen Behörden an der Möglichkeit festhalten, sich an den Kosten für Absatzförderungsmaßnahmen (bis zu 30%) zu beteiligen, und zwar wenigstens in den Fällen, in denen die Mitgliedstaaten die Programme mitverwalten (Einzellandprogramme).
- 3.3.8 Ebenso scheint es wünschenswert, bei Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen in Bezug auf Milch für Kinder in schulischen Einrichtungen der Union einen höheren Beitrag der EU (60% der Kosten) zu genehmigen. Denn die Kinder müssen heutzutage im Interesse einer gesunden und ausgewogenen Ernährung nicht nur mehr Obst und Gemüse verzehren, sondern eben auch mehr Milch und Milchprodukte.

Brüssel, den 30. April 2014

Der Präsident
des Europäischen Wirtschafts- und
Sozialausschusses

Henri MALOSSE
