



Bundesministerium für
Ernährung, Landwirtschaft
und Verbraucherschutz

Programm des BMELV zur Förderung der Exportaktivitäten der deutschen Agrar- und Ernährungswirtschaft



Inhalt

Vorwort	4	4. Auslandsmesseprogramm des BMELV	13
1. Einleitung	7	5. Durchführung des Förderprogramms	14
2. Zielsetzung	8	5.1 Beteiligte Institutionen	14
3. Maßnahmen und Zielgruppen	8	5.1.1 Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz	14
3.1 Maßnahmen im Inland	8	5.1.2 Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung	14
3.1.1 Markt- und Produktstudien	8	5.1.3 Deutscher Industrie- und Handelskammertag	15
3.1.2 Schulungen	8	5.1.4 German Export Association for Food and Agriproducts GEFA e.V.	15
3.1.3 Identifizierung und Ansprache potenzieller Teilnehmer am Förderprogramm	9	5.1.5 Deutsche Landwirtschaftsgesellschaft e.V.	15
3.1.4 Datenbanken, Internetportale	9	5.1.6 Auslandsvertretungen der Bundesrepublik Deutschland	16
3.2 Maßnahmen im Ausland	9	5.1.7 Sonstige	16
3.2.1 Maßnahmen für den Markteinstieg	9	5.2 Zuwendungen	16
3.2.1.1 Markterkundungsreisen	10	5.2.1 Zuwendungsarten und -intensität	16
3.2.1.2 Geschäftsreisen	10	5.2.2 Förderfähige Ausgaben und Kosten	17
3.2.2 Maßnahmen zur Marktsicherung und zum Marktausbau	10	5.2.3 Zuwendungsempfänger	18
3.2.2.1 Image fördernde Maßnahmen	10	5.2.4 Fördervoraussetzungen und -kriterien	18
3.2.2.2 Unternehmerreisen	11	5.2.5 Freistellung von der beihilferechtlichen Anmeldepflicht	19
3.2.2.3 Print- und E-Medien zur Information von Kunden und Verbrauchern	11	5.2.6 Antrags- und Bewilligungsverfahren	21
3.3 Begleitende Maßnahmen	11	5.2.7 Sonstige Bestimmungen	22
3.3.1 Multiplikatorenreisen	11	5.3 Aufträge und Zuweisungen des BMELV	22
3.3.2 Einkäuferreisen	11		
3.3.3 Behördenreisen	12		
3.3.4 Schulungen im Ausland	12		
3.3.5 Fachkongresse und Tagungen	12		
3.3.6 Feldtage und Maschinenvorführungen	12		
3.3.7 EU-Absatzförderungsmaßnahmen	12		

Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,

die deutsche Landwirtschaft erlöst inzwischen jeden vierten Euro mit dem Export von Gütern. In der Ernährungswirtschaft liegt der Exportanteil sogar noch höher. Angesichts stagnierender Märkte im Inland benötigt die deutsche Agrar- und Ernährungswirtschaft weiteres Wachstum im weltweiten Export, um ihren Beitrag zu Erhalt und Steigerung von Wertschöpfung und Wohlstand in Deutschland zu leisten.

Im September 2010 hat das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) deshalb erstmals ein Exportförderprogramm aufgelegt und veröffentlicht. Es soll die Exportbemühungen der deutschen Unternehmen der Agrar- und Ernährungswirtschaft unterstützen und damit zur Sicherung und Schaffung von Arbeitsplätzen vor allem im ländlichen Raum Deutschlands beitragen.



Aufbauend auf den bisherigen Erfahrungen hat mein Haus das Programm weiterentwickelt. Unverändert enthält es eine Vielzahl von Fördermöglichkeiten für Maßnahmen der Wirtschaft, die der Erschließung und Pflege von Märkten dienen. Weiterhin besteht eine Kooperation mit Unternehmen in Fragen der Qualitätssicherung und des Verbraucherschutzes.

Ergänzt wird dieser Ansatz künftig durch eine eigenständige, sektorspezifische Exportförderpolitik meines Hauses in enger Abstimmung mit der Wirtschaft. Dazu werden im Auftrag des BMELV z.B. weltweit Markterkundungsreisen und Geschäftsreisen mit Importeursvermitt-

lung in den Zielländern gefördert. Ebenso werden Multiplikatorenreisen aus den Zielländern in die Bundesrepublik für ausländische Einkäufer, Journalisten und ausländische Behördenvertreter angeboten. Die Unterstützung imagefördernder Maßnahmen für deutsche Produkte wird ebenso fortgesetzt wie die Begleitung von Kongressen.

Diese Maßnahmen vervollständigen die offiziellen Beteiligungen des BMELV an internationalen Fach- und Leitmessen, die für die deutsche Wirtschaft eines der wichtigsten und effizientesten Marketinginstrumente darstellen. Unter dem Dach von „Made in Germany“ bietet mein Haus der deutschen Agrar- und Ernährungswirtschaft eine hervorragende Plattform zur Anknüpfung und Pflege von Geschäftsbeziehungen auf der ganzen Welt. Teil dieses Maßnahmenpaketes sind weiterhin Wirtschaftsdelegations-

reisen mit Begleitung der Hausleitung ins Ausland. Auch werden Schulungen für Exporteinsteiger in Deutschland und für Mitarbeiter der deutschen Auslandshandelskammern im Ausland angeboten.

Alle Unternehmen sind von mir eingeladen, von den Maßnahmen dieses Programms Gebrauch zu machen. Dies gilt insbesondere für die kleinen und mittleren Unternehmen sowie für die Organisationen der Agrar- und Ernährungswirtschaft. Nutzen Sie die großen Chancen, die der Export bietet!

A handwritten signature in green ink that reads "Ilse Aigner". The signature is fluid and cursive.

Ilse Aigner
Bundesministerin für Ernährung,
Landwirtschaft und Verbraucherschutz

1. Einleitung

In Deutschland existieren viele kleine und mittelständische Unternehmen der Agrar- und Ernährungswirtschaft, die eine Vielfalt von Produkten mit hoher Qualität erzeugen. Diese Unternehmen haben in der Regel ohne fachliche, z. T. auch ohne finanzielle Unterstützung keinen ausreichenden Zugang, um sich das große, ungenutzte Potenzial auf den Absatzmärkten im Ausland zu erschließen.

Bereits jetzt beruhen 20 % der Erträge der deutschen Landwirtschaft auf Exportaktivitäten; bei der Ernährungsindustrie sogar 25 %. Angesichts stagnierender, traditioneller Märkte im Inland braucht die deutsche Agrar- und Ernährungswirtschaft weiteres Wachstum im weltweiten Export zur Steigerung von Wertschöpfung und Wohlstand in Deutschland.

Das BMELV beabsichtigt daher, die deutsche Agrar- und Ernährungswirtschaft in ihren Außenwirtschaftsaktivitäten zur Sicherung bestehender und Erschließung neuer Absatzmärkte im Ausland zu unterstützen, um langfristig Arbeitsplätze – insbesondere im ländlichen Raum – zu erhalten und neue zu schaffen.

Das vorliegende Programm legt die wesentlichen Ziele, Zielgruppen und Inhalte der Förderung des Absatzes von Produkten der Agrar- und Ernährungswirtschaft durch das BMELV fest.

Das Programm integriert die bestehenden Strukturen der Außenwirtschaftsförderung des Bundes und der Wirtschaft. Es soll sicherstellen, dass grundsätzlich alle, insbesondere aber kleine und mittlere Unternehmen erreicht werden und Zugang zu den Maßnahmen erhalten.

Die Förderschwerpunkte werden ggf. vom BMELV angepasst, um den wandelnden Märkten und Veränderungen in der Wirtschaft gerecht zu werden.



2. Zielsetzung

Die Ziele des Förderprogramms sind insbesondere:

1. Erschließung von kaufkräftigen Auslandsmärkten für deutsche Produkte,
2. Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen auf Auslandsmärkten,
3. Vergrößerung des Absatzpotenzials für deutsche Produkte im Ausland,
4. Erweiterung des Kreises exportierender Unternehmen.



3. Maßnahmen und Zielgruppen

3.1 Maßnahmen im Inland

Wichtiges Element eines erfolgreichen Markteinstiegs ist die intensive Vorbereitung der Unternehmen im Inland. Hierzu gehören insbesondere Informationsbereitstellung und Schulung.

3.1.1 Markt- und Produktstudien

Sektorspezifische Markt- und Produktstudien für die in Frage kommenden Exportländer dienen der deutschen Agrar- und Ernährungswirtschaft als erste Information und als Entscheidungsgrundlage für das weitere Vorgehen. Sie beinhalten beispielsweise eine Übersicht über die

Branchenführer sowie Informationen zur Markt- und Wettbewerbssituation, zu Vermarktungsstrukturen und potenziellen Geschäftspartnern, zur aktuellen Lage und zu Entwicklungstendenzen des jeweiligen Sektors.

3.1.2 Schulungen

Schulungen geeigneter Mitarbeiter interessierter Unternehmen im Inland tragen dazu bei, ziellandspezifisches Wissen zu vermitteln. Gleichzeitig dienen sie der Vorbereitung der Unternehmen auf ihren Auftritt und der Präsentation ihrer Produkte im ausländischen Markt. Hierunter fallen Seminare zu länder-, produkt-,

markt- und kulturspezifischen Themen, zu rechtlichen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, zu Marktpotenzialen und Verbraucherverhalten.

3.1.3 Identifizierung und Ansprache potenzieller Teilnehmer am Förderprogramm

Für bestimmte Produkte und Auslandsmärkte ist es notwendig, alle Unternehmen zu identifizieren, die willens und in der Lage sind, den Ansprüchen des jeweiligen Marktes gerecht zu werden und sie für die Teilnahme an den Maßnahmen zu gewinnen.

3.1.4 Datenbanken, Internetportale

Entwicklung und Einrichtung einer Datenbank und eines Internetauftritts auf der Grundlage einer Bedarfsanalyse und Machbarkeitsstudie sind notwendig, um den beteiligten Unternehmen einen

schnellen Zugriff auf neue und vorhandene exportrelevante Daten und Informationen via Internet zu ermöglichen.

3.2 Maßnahmen im Ausland

Hierbei ist zwischen Maßnahmen für Markteinsteiger und bereits im Markt tätigen Unternehmen zu unterscheiden. Weitere Maßnahmen zielen auf die Beratung und Betreuung deutscher Unternehmen im Ausland ab.

3.2.1 Maßnahmen für den Markteinstieg

Markterkundungs- und Geschäftsreisen bieten interessierten Marktbeteiligten ein persönliches Bild von den Verhältnissen vor Ort sowie gute persönliche Kontakte. Damit sind sie ein zentraler Schlüssel für einen erfolgreichen Einstieg in die Zielmärkte des Auslands.



3.2.1.1 Markterkundungsreisen

Markterkundungsreisen beinhalten die Vermittlung von umfangreichem Spezialwissen aus erster Hand über alle für den Markteintritt im Zielland relevanten Rahmenbedingungen. Sie vermitteln vor Ort ein Bild über die Gegebenheiten und bieten die Möglichkeit, sich durch Besuche bei Einzelhändlern (Storechecks), Großverbrauchern, Verarbeitern, Importeuren usw. ein persönliches Bild über das bestehende Angebotspektrum, die Verbrauchsgewohnheiten und den Wettbewerb zu machen. Sie dienen als Entscheidungsgrundlage für die Unternehmen, in den Markt einzusteigen. Diese Reisen tragen dazu bei, das ziellandspezifische Wissen für interessierte deutsche Unternehmen weiter zu vertiefen.

3.2.1.2 Geschäftsreisen

Geschäftsreisen dienen der gezielten Kontaktabnahnung zu Kunden, Importeuren und Vertriebspartnern. Sie beinhalten in der Regel ein Leistungspaket, bestehend aus zielgruppenspezifischen Marktanalysen, fachlicher Begleitung, Informations- und Präsentationsveranstaltungen sowie der gezielten individuellen Kontaktabnahnung zu ausgewählten potentiellen Geschäftspartnern und Marktmittlern.

3.2.2 Maßnahmen zur Marktsicherung und zum Marktausbau

3.2.2.1 Imagefördernde Maßnahmen

Um das Image deutscher Produkte und die Wettbewerbsfähigkeit deutscher Unternehmen in Auslandsmärkten zu sichern

und zu verbessern, werden gezielt Sondermaßnahmen durchgeführt. Dazu gehören z. B. die Organisation von deutschen Wochen im Lebensmitteleinzelhandel und Events in Zusammenarbeit mit deutschen Einrichtungen im Ausland (z. B. Botschaften) sowie Schulungen des Personals zur Produktpräsentation.

3.2.2.2 Unternehmerreisen

Unternehmerreisen können durchgeführt werden. Diese Reisen dienen der Marktpflege und der Anpassung an geänderte Rahmenbedingungen in den Zielländern für Unternehmen, die bereits im Export tätig sind.

3.2.2.3 Print- und e-Medien zur Information von Kunden und Verbrauchern

Zur Unterstützung der deutschen Agrar- und Ernährungswirtschaft besteht die Möglichkeit, mehrsprachige Marketing- und Ausstellungsmaterialien (wie Prospekte, Broschüren, Poster, Newsletter, Pressemeldungen, Give aways) z.B. unter dem Label „Made in Germany“ zu erstellen. Um gezielt potenzielle Geschäftspartner im Ausland anzusprechen, können sich die Unternehmen in einen Anbieterkatalog aufnehmen lassen, der in Papierform und als CD aufgelegt und im Internet präsentiert wird.



3.3 Begleitende Maßnahmen

3.3.1 Multiplikatorenreisen

Um die Leistungsfähigkeit der deutschen Unternehmen sowie die Qualität und die Vielfalt ihrer Produkte in den Zielländern zu verbreiten, können Reisen für Multiplikatoren (Journalisten, Politiker, Entscheidungsträger der Wirtschaft) nach Deutschland angeboten werden.

3.3.2 Einkäuferreisen

Damit ausländische Einkäufer Gelegenheit erhalten, sich in Deutschland ein Bild über die Produkte, das Qualitätsmanagement und weitere Leistungen potenzieller Lieferfirmen zu machen, können Einkäuferreisen angeboten werden.



3.3.3 Behördenreisen

Zur Vermeidung vor allem von nicht-tarifären Exporthemmnissen werden Deutschlandreisen von ausländischen Behördenvertretern (z. B. Veterinär- oder Pflanzengesundheitsschutzexperten) durchgeführt.

3.3.4 Schulungen im Ausland

Unternehmen und Organisationen, die für eine Betreuung der Exportunternehmen im Ausland in Betracht kommen, wird ein intensives Schulungsprogramm angeboten. Das gilt auch für Mitarbeiter der deutschen Botschaften. Die Schulungsmaßnahmen werden in geeigneter Weise bekannt gemacht.

3.3.5 Fachkongresse und Tagungen

Es werden Veranstaltungen durchgeführt, die dem Austausch und der Vernetzung von Fachinformationen und Fachkenntnissen dienen.

3.3.6 Feldtage und Maschinen-vorführungen

Als Plattform zur Präsentation von Landtechnik sowie landwirtschaftlichen Produktionsmitteln und -strategien können Feldtage und Maschinenvorführungen im Ausland durchgeführt werden.

3.3.7 EU-Absatzförderungsmaßnahmen

Die EU fördert nach der Verordnung (EG) Nr. 3/2008 des Rates Branchen- und Dachverbände bei der Durchführung von Informations- und Absatzförderungsmaßnahmen zugunsten von Agrarerzeugnissen und ihren Produktionsmethoden (generische Maßnahmen). Die Maßnahmen der EU können, sofern sie exportorientiert sind, im Rahmen dieses Programms kofinanziert werden.



4. Auslandsmesseprogramm des BMELV

Mit dem vom BMELV durchgeführten Auslandsmesseprogramm wird den Unternehmen ein strategisches Marketinginstrument mit breitem Leistungsspektrum zur Verfügung gestellt. Internationale branchenspezifische Fach- und Leitmessexpositionen dienen somit als wichtige Orientierungs- und Kontaktplattform für die Suche nach Kooperationspartnern, als Testmärkte für Produktneuheiten und innovative Marketingkonzepte sowie als Instrument zur Imagepflege kleiner und mittlerer Unternehmen, von deren Marken und deren Marketingkampagnen. Das umfangreiche und für die Unternehmen kostengünstige Leistungspaket umfasst u. a.

- das Dach eines gemeinschaftlichen attraktiven und schlagkräftigen Messeauftritts Deutschlands unter dem Signet der Bundesregierung „Made in Germany“,
- die Koordinierung und Durchführung der gesamten Messelogistik aus einer Hand, einschließlich der technischen und organisatorischen Betreuung,
- eine komplett eingerichtete Messekoje, einschließlich der dafür erforderlichen Fläche, den Katalogeintrag und das Ausstellerverzeichnis,
- die Bereitstellung einer Lounge für die Gästebetreuung inklusive Catering,
- die Bereitstellung von Dolmetscher- und Hostessendiensten,



- Teilnahme an gesellschaftlichen Veranstaltungen bzw. Fachveranstaltungen,
- messebegleitende Maßnahmen, z. B. Storechecks, Kontaktbörsen, Einstiegs-, Vorbereitungsseminare, interkulturelle Seminare, Länder- oder Regionentage.

Fachveranstaltungen im Rahmen dieses Förderprogramms auf Messen des Auslandsmesseprogramms des BMELV sind mit diesem Auslandsmesseprogramm abzustimmen. Eine Förderung von Fachveranstaltungen der Wirtschaft im Rahmen dieses Programms ist nur möglich, wenn sie sich deutlich von denen des BMELV unterscheiden.

5. Durchführung des Förderprogramms

5.1 Beteiligte Institutionen

5.1.1 Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV)

Das BMELV ist zuständig für die Konzeption und Weiterentwicklung des Programms. Es trifft die Entscheidungen über die Gewährung von Zuwendungen und der Vergabe von Aufträgen. Hochrangige Vertreter des BMELV fungieren als „Türöffner“ für deutsche Unternehmen im Ausland.

Das BMELV wird durch einen Beirat bei der Programmdurchführung und -weiterentwicklung unterstützt. Dem Beirat gehören jeweils Vertreter der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE), des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK) und der German Export Association for Food and Agriproducts (GEFA) an.



5.1.2 Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE)

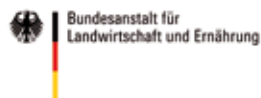
Die BLE fungiert als Projektträger im Auftrag des BMELV. Sie ist verantwortlich für die Gewährung von Zuwendungen und die Vergabe von Aufträgen im Rahmen dieses Programms.

Bei der Gewährung von Zuwendungen umfasst die Projektträgerschaft insbesondere folgende Punkte:

- Beratung von Antragstellern, Entgegennahme von Anträgen und Vorbereitung von Förderentscheidungen des BMELV,
- Bewilligung von Zuwendungen,
- Administrative Projektbegleitung während der Maßnahmendurchführung,
- Prüfung der Mittelverwendung und Erfolgsbewertung,
- Dokumentation.

Für die eigenen Maßnahmen des BMELV nimmt die BLE in Abstimmung mit dem Ministerium folgende Aufgaben wahr:

- Definition des Beschaffungsbedarfs und Erstellung der Leistungsbeschreibungen,
- Durchführung der Vergabeverfahren/ Erteilung des Auftrags,
- Auftragsabwicklung.



5.1.3 Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK)

Die Außenwirtschaftsförderung der Bundesregierung ruht auf drei Säulen. Die Deutschen Botschaften sind für Fragen der Außenwirtschaftspolitik zuständig. Die Germany Trade and Invest GmbH (GTI) sammelt Informationen über Auslandsmärkte und stellt diese den Unternehmen in Deutschland zur Verfügung. Das weltweite Netzwerk der Deutschen Auslandshandelskammern (AHK) in 80 Ländern und 120 Standorten, berät und unterstützt die Unternehmen bei ihrem operativen Auslandsgeschäft. Der DIHK koordiniert und betreut die AHK. Für die Durchführung von Markterkundungs- und Geschäftsreisen vor Ort kommen im Rahmen des Programms vor allem die AHK in Frage.



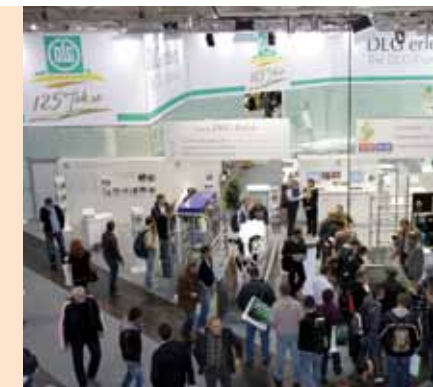
5.1.4 German Export Association for Food and Agriproducts GEFA e.V.

Die GEFA ist die gemeinsame Dachorganisation der Exportfachverbände der deutschen Agrar- und Ernährungswirtschaft. Sie koordiniert auf der Basis ihrer Exportstrategie die Exportfördermaßnahmen ihrer Mitgliedsverbände. Im Rahmen des Programms führen die GEFA oder ihre Mitgliedsverbände Maßnahmen durch.



5.1.5 Deutsche Landwirtschaftsgesellschaft e.V. – DLG

Die DLG ist mit über 23.000 Mitgliedern eine der Spitzenorganisationen der deutschen Agrar- und Ernährungswirtschaft. Sie denkt und handelt international.



Die DLG ist eine der wichtigsten Organisationen, wenn es um die Qualitätsbewertung von Lebensmitteln und Landtechnik geht. Grundlage und Selbstverständnis ist die Förderung des wissenschaftlichen und technischen Fortschritts und deren Umsetzung in die Praxis. Mit ihren Projekten und Aktivitäten setzt die DLG Maßstäbe und ist Impulsgeber für den Fortschritt.

5.1.6 Auslandsvertretungen der Bundesrepublik Deutschland

Die Auslandsvertretungen, vor allem die Botschaften, unterstützen vor Ort die deutschen Unternehmen durch image- und exportfördernde Veranstaltungen. Darüber hinaus spielen sie eine wichtige Rolle bei der zielgerichteten Verteilung von Informationsmaterialien und als „Türöffner“ bei offiziellen Stellen des Gastlandes.



5.1.7 Sonstige

Die vorgenannte Aufzählung ist nicht abschließend. Das BMELV wird auch an andere Institutionen und Wirtschaftsunternehmen Zuwendungen oder – auf der Grundlage von Vergabeverfahren – Aufträge zur Durchführung des Programms vergeben.

5.2 Zuwendungen

Die BLE gewährt nach Maßgabe dieses Förderprogramms der allgemeinen Verwaltungsvorschriften (VV) zu §§ 23, 44 Bundeshaushaltsordnung (BHO) Zuwendungen für Maßnahmen nach Ziffer 3 dieses Förderprogramms. Ein Anspruch auf Gewährung einer Zuwendung besteht nicht, vielmehr entscheidet die Bewilligungsbehörde aufgrund ihres pflichtgemäßen Ermessens. Die Gewährung der Zuwendung steht unter dem Vorbehalt der Verfügbarkeit von Haushaltsmitteln.

Die Förderung von Maßnahmen der Wirtschaft wird in einzelnen Bereichen durch eigene Maßnahmen des BMELV ergänzt.

5.2.1 Zuwendungsarten und -intensität

Die Projektförderung kann als nicht rückzahlbarer Zuschuss gewährt werden. Die Förderung erfolgt grundsätzlich als Teilfinanzierung.

Folgende Zuwendungsarten werden unterschieden:

- Zuwendung auf Ausgabenbasis
- Zuwendungen auf Kostenbasis an Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft.

Die Zuwendung beträgt bis zu 50 v. H. der zuwendungsfähigen Gesamtausgaben/ Gesamtkosten der Maßnahmen mit Ausnahme der Maßnahmen unter Nummer 3.3.7, bei denen bis zu 30 v. H. der Gesamtausgaben/Gesamtkosten zuwendungsfähig sind. Die zuwendungsfähigen Gesamtausgaben müssen mindestens 10.000 Euro betragen; für darunter liegende Gesamtausgaben wird keine Zuwendung gewährt.

5.2.2 Förderfähige Ausgaben/Kosten

Förderfähige Ausgaben/Kosten sind im Rahmen der Förderung nur nachgewiesene projektspezifische Ausgaben/Kosten. Notwendigkeit und Angemessenheit der zuwendungsfähigen Ausgaben/Kosten prüft im Einzelnen die Bewilligungsbehörde.

Ausgeschlossen sind:

- Kosten für Reisen von Unternehmensvertretern oder Vertretern von Verbänden und nichtstaatlichen Einrichtungen in das Ausland. Bundesbediensteten sowie Bediensteten der von BMELV institutionell geförderten Einrichtungen werden keine Reisekosten gewährt.
- Ausgaben für Stammpersonal. Förderfähig sind jedoch Ausgaben/Kosten für Personal, das für die Durchführung des Exportförderprojekts zusätzlich eingestellt wird.

Zuwendungen auf Kostenbasis werden auf unmittelbar durch das Projekt verursachte, nachgewiesene und anerkannte Selbstkosten gewährt.

Ausgaben/Kosten, die für die Antragstellung entstanden sind bzw. entstehen und Maßnahmen, die vor der Bewilligung begonnen wurden, sind nicht förderfähig.

Die Eigenbeteiligung, bezogen auf die zuwendungsfähigen Ausgaben/Kosten, kann auch von Dritten erbracht werden (z.B. Teilnehmergebühren).



5.2.3 Zuwendungsempfänger

Zuwendungsempfänger kann grundsätzlich eine überregionale nichtstaatliche Organisation als juristische Person sein, die ihren Sitz in der Bundesrepublik Deutschland hat, insbesondere Dach- und Fachverbände sowie die Exportförderorganisation der deutschen Agrar- und Ernährungswirtschaft sowie deren vor- und nachgelagerte Bereiche. Zuwendungen können nicht an einzelne Unternehmen und Zusammenschlüsse von weniger als 5 Unternehmen bewilligt werden.

5.2.4 Fördervoraussetzungen und -kriterien

Die Voraussetzungen für eine Förderung sind in den Verwaltungsvorschriften zu §§ 23, 44 der Bundeshaushaltsordnung festgelegt. Insbesondere muss

- das Projekt den Zielen des vorliegenden Förderprogramms entsprechen und darf nicht mit anderen öffentlichen Mitteln gefördert werden, mit Ausnahme der Maßnahmen nach Nummer 3.3.7,
- an der Durchführung des Projektes ein erhebliches Bundesinteresse bestehen,

- vom Antragsteller eine ausreichend genaue Beschreibung und Begründung des Projekts vorgelegt werden,
- der Antragsteller über die notwendige Qualifikation und eine ausreichende personelle und materielle Kapazität zur Durchführung der Arbeiten verfügen,
- die wirtschaftlichen Verhältnisse geordnet sein und die Verwendung der Bundesmittel ordnungsgemäß nachgewiesen werden können,

- eine begründete Aussicht auf Verwertung, wirtschaftlichen Erfolg und gesamtwirtschaftlichen Nutzen sowie die Schaffung und Sicherung von Arbeitsplätzen bestehen,
- die Gesamtfinanzierung der Vorhaben gesichert sein,
- mit dem Vorhaben vor Antragstellung noch nicht begonnen worden sein,
- das Projekt vom Zuwendungsempfänger zentral koordiniert werden.



5.2.5 Freistellung von der beihilfe-rechtlichen Anmeldepflicht

- Die Förderung nach Nummern 3.1.1 und 3.2.2.3 ist hinsichtlich der Erstellung von Markt- und Produktstudien nach Artikel 26 der Verordnung (EG) Nr. 800/2008 der Kommission vom 6. August 2008 zur Erklärung der Vereinbarkeit bestimmter Gruppen von Beihilfen mit dem Gemeinsamen Markt in Anwendung der Artikel 87 und 88 EG-Vertrag (AGFVO) (Amtsblatt EG L 214 vom 9. August 2008, S. 3) mit dem Gemeinsamen Markt vereinbar und von der Anmeldepflicht nach Artikel 108 Abs. 3 AEUV freigestellt.¹
- Die Förderung nach Nummern 3.1.2, 3.3.4, 3.3.5 und 3.3.6 ist nach Artikel 39 der Verordnung (EG) Nr. 800/2008 der Kommission vom 6. August 2008 zur Erklärung der Vereinbarkeit bestimmter Gruppen von Beihilfen mit dem Gemeinsamen Markt in Anwendung der Artikel 87 und 88 EG-Vertrag (Amtsblatt EG L 214 vom 9. August 2008, S. 3) mit dem Gemeinsamen Markt vereinbar und von der Anmeldepflicht nach Artikel 108 Abs. 3 AEUV freigestellt.²

¹ Die Kurzbeschreibung für die Laufzeit [JJJJ] bis [JJJJ] wurde unter der Nummer SA.XXXXX (XXXX/XX) von der Europäischen Kommission registriert.

² Die Kurzbeschreibung für die Laufzeit [JJJJ] bis [JJJJ] wurde unter der Nummer SA.XXXXX (XXXX/XX) von der Europäischen Kommission registriert.

- Die Freistellungen nach den vorstehenden Tirets gelten nur für Zuwendungsempfänger, die kleine und mittlere Unternehmen im Sinne des Anhangs I der Verordnung (EG) Nr. 800/2008 sind.
- Die Förderung wird auf Grund der Verordnung (EG) Nr. 1998/2006 der Kommission vom 15. Dezember 2006 über die Anwendung der Artikel 87 und 88 EG-Vertrag auf „Deminimis“-Beihilfen (Amtsblatt EG L 379 vom 28. Dezember 2006, S. 5) in folgenden Fällen abgewickelt:
 - nach den Nummer 3.1.1 und 3.2.2.3 hinsichtlich der Erstellung von Informationsmaterialien,
 - nach den Nummern 3.1.1, 3.1.2, 3.2.2.3, 3.3.4, 3.3.5 und 3.3.6 bei Zuwendungsempfängern, die keine kleinen und mittleren Unternehmen sind,
 - bei den übrigen Maßnahmen (Ausnahme: Nummer 3.3.7) für alle Zuwendungsempfänger;
 - soweit Zuwendungsempfänger, die kleine und mittlere Unternehmen sind, dies im Rahmen der Förderung nach den Nummern 3.1.1, 3.1.2, 3.2.2.3, 3.3.4, 3.3.5 und 3.3.6 beantragen.

- Gemäß Art. 1 Abs. 6 Buchstabe a) AGFVO darf einem Unternehmen, das einer Rückforderungsanordnung aufgrund einer früheren Kommissionsentscheidung zur Feststellung der Rechtswidrigkeit und Unvereinbarkeit einer Beihilfe mit dem Gemeinsamen Markt nicht Folge geleistet hat, eine Beihilfe nach diesen Grundsätzen nicht gewährt werden.



5.2.6 Antrags- und Bewilligungsverfahren

Die Durchführung des Förderprogramms von der Antragstellung bis zur Bewilligung wird in nachfolgendem Schaubild schematisch dargestellt.



Anträge auf Zuwendung sind bei der

Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung
Referat 324
Deichmanns Aue 29
53179 Bonn
E-Mail: Exportfoerderung@ble.de

zu stellen.

Antragsformulare können über die Internetseite

<http://www.ble.de/exportfoerderung> heruntergeladen werden.

Es empfiehlt sich, vor Einreichung der Antragsunterlagen eine Beratung durch die BLE in Anspruch zu nehmen.

5.2.7 Sonstige Bestimmungen

Bestandteil eines Zuwendungsbescheides auf Ausgabenbasis werden die Allgemeinen Nebenbestimmungen für Zuwendungen zur Projektförderung (ANBest-P). Bestandteil eines Zuwendungsbescheides auf Kostenbasis werden die Allgemeinen Nebenbestimmungen für Zuwendungen zur Projektförderung auf Kostenbasis (ANBest-P-Kosten) an Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft.

Für die Bewilligung, Auszahlung und Abrechnung der Zuwendung sowie für den Nachweis und die Prüfung der Verwendung und die ggf. erforderliche Aufhebung des Zuwendungsbescheides und



die Rückforderung der gewährten Zuwendung gelten die VV zu § 44 BHO sowie §§ 48 bis 49a Verwaltungsverfahrensgesetz (VwVfG), soweit nicht in diesem Förderprogramm Abweichungen zugelassen worden sind.

Der Bundesrechnungshof ist gemäß §§ 91 und 100 BHO zur Prüfung berechtigt.

5.3 Aufträge und Zuweisungen des BMELV

Um die Ziele des Programms im Hinblick auf eine Stärkung der Exportfähigkeit vor allem der kleinen und mittleren Unternehmen besser zu erreichen, wird BMELV flankierend zu den Zuwendungen Aufträge vergeben. Die Aufträge müssen im Exportförderinteresse des Bundes liegen. Sie werden unter Beachtung der vergaberechtlichen Vorschriften vergeben. Die Ausschlüsse gemäß Ziffer 5.2.2 gelten entsprechend. Grundsätzlich können Reise- und Aufenthaltskosten für Maßnahmen nach Ziffer 3.3 nur bis zu 50 v. H. übernommen werden. In besonders begründeten Ausnahmefällen, können – außer in Fällen der Ziffer 3.3.2 – in Abstimmung mit BMELV auch höhere Anteile der Aufenthaltskosten übernommen werden.

Bundeseinrichtungen (z. B. Auslandsvertretungen) können Zuweisungen erhalten.

Herausgeber

Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und
Verbraucherschutz
11055 Berlin

Text

BMELV, Referat 426 „Absatzförderung, Qualitätspolitik“

Stand

Mai 2011

Gestaltung

design.ideo, büro_für_gestaltung, Erfurt

Druck

BMELV

Fotos

BMELV; aid-infodienst; Harris Shiffman/istockphoto; gettyimages; Dominic Menzler, Thomas Stephan/BLE Bonn; Feiler Fotodesign/StockFood; Harald Bolten/fotolia.com; Sven Hoppe/fotolia.com; yamix/fotolia.com; mik ivan/fotolia.com; Gary Blakely/fotolia.com; Thaut Images/fotolia.com; Nerlich Images/fotolia.com; Philippe Ramakers/fotolia.com; Gina Sanders/fotolia.com; DIHK-Archiv; DLG

Weitere Informationen finden Sie im Internet unter
www.bmelv.de

Diese Broschüre wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung kostenlos herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlbewerbern oder Wahlhelfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Europa-, Bundestags-, Landtags- und Kommunalwahlen. Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Unabhängig davon, wann, auf welchem Weg und in welcher Anzahl diese Schrift dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Bundesregierung zu Gunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.