



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

Änderung vom 18. Oktober 2017

*Der Schweizerische Bundesrat
verordnet:*

I

Die Landwirtschaftliche Absatzförderungsverordnung vom 9. Juni 2006¹ wird wie folgt geändert:

Ersatz von Ausdrücken

¹ In den Artikeln 5 Absatz 1, 7 Absatz 1 sowie 20 Absätze 1 und 3 wird «Vorhaben» ersetzt durch «Projekte».

² In den Artikeln 12 Absatz 4 und 12b wird «Vorhaben» ersetzt durch «Projekt».

³ In den Artikeln 10 Absatz 3, 15 Absätze 2 Buchstabe b, 3 Buchstabe b und 4 wird «Vorhabens» ersetzt durch «Projekts».

Art. 1 Zweck

¹ Diese Verordnung bezweckt, mit der Ausrichtung von Finanzhilfen die Markterlöse der schweizerischen Landwirtschaft zu steigern; insbesondere bezweckt sie:

- a. die Erhöhung des Konsums von schweizerischen Landwirtschaftsprodukten gegenüber ausländischen Konkurrenz- und Substitutionsprodukten;
- b. die Verschiebung der Konsumpräferenzen zugunsten von möglichst wertschöpfungsstarken schweizerischen Landwirtschaftsprodukten;
- c. den Erhalt und den Ausbau der Exporte von schweizerischen Landwirtschaftsprodukten;
- d. die Erschliessung neuer Märkte im Ausland und die Diversifizierung der Exporte von schweizerischen Landwirtschaftsprodukten;

¹ SR 916.010

- e. die Bekanntmachung der von der schweizerischen Landwirtschaft erbrachten gemeinwirtschaftlichen Leistungen.

Art. 1a Unterstützte Massnahmen

¹ Unterstützt werden Projekte, die insbesondere folgende Massnahmen beinhalten:

- a. Konzeption, Produktion und Streuung von Basiswerbung, von Direktmarketing-Massnahmen und von E-Kommunikation;
- b. Massnahmen im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit;
- c. Teilnahme an Messen, Ausstellungen, Events und Sponsoringaktivitäten;
- d. Verkaufsförderungsaktivitäten am Verkaufspunkt;
- e. Layout und Design gemeinsamer Verpackungsgestaltungen, wenn sie die Wiedererkennbarkeit der Schweizer Herkunft sicherstellen;
- f. Marktforschungsprojekte und Marketing-Controlling.

² Unterstützt werden gemeinsame Projekte mehrerer juristischer oder natürlicher Personen. Projekte Einzelner werden nicht unterstützt.

Art. 2 Sachüberschrift

Betrifft nur den italienischen Text.

Art. 3 Abs. 1 Bst. a und 2

¹ Als Landwirtschaftsprodukte im Sinne dieser Verordnung gelten:

- a. verwertbare Erzeugnisse aus Pflanzenbau und Nutztierhaltung;

² Die Produkte müssen die Anforderungen an schweizerische Herkunftsangaben nach den Artikeln 48, 48a und 48b des Markenschutzgesetzes vom 28. August 1992² und nach der Verordnung vom 2. September 2015³ über die Verwendung von schweizerischen Herkunftsangaben für Lebensmittel erfüllen.

Art. 4 Anrechenbare Kosten

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

² Anrechenbar sind die Personalkosten, einschliesslich Arbeitsplatzkosten, die dem Projekt direkt zurechenbar sind. Die Höhe der Anrechenbarkeit kann begrenzt werden.

³ Es sind nur Kosten anrechenbar, die unmittelbar für die Realisierung der Projekte anfallen und für die Umsetzung der Massnahmen nach Artikel 1a Absatz 1 erforderlich sind.

² SR 232.11

³ SR 232.112.1

⁴ Nicht anrechenbar sind insbesondere folgende Aufwendungen:

- a. Reserven, Rückstellungen und Amortisationen;
- b. nicht unmittelbar für die Umsetzung der Massnahmen nach Artikel 1a Absatz 1 erforderliche Spesen und Sitzungsgelder der Trägerschaften;
- c. Kosten für Personalbeschaffungen, für interne Aus- und Weiterbildung sowie für Personalanlässe;
- d. Mitgliederbeiträge.

Art. 7

Betrifft nur den italienischen Text.

Art. 8 Höhe der Finanzhilfen

¹ Die Finanzhilfe beträgt höchstens 50 Prozent der anrechenbaren Kosten.

² Das BLW legt die Höhe der Finanzhilfe auf der Grundlage der Zuteilung der Mittel nach den Artikeln 13 und 13a und der Beurteilung der Gesuche nach Artikel 13b fest.

³ Es kann für imagebildende Massnahmen an internationalen Grossanlässen von nationaler Bedeutung vom Höchstsatz nach Absatz 1 abweichen.

Art. 9 Anforderungen an die unterstützten Projekte

¹ Die Massnahmen müssen die folgenden Anforderungen erfüllen:

- a. Sie müssen einem der Zwecke nach Artikel 1 Absatz 1 dienen.
- b. Sie müssen auf die spezifischen Marktverhältnisse und Kommunikationsziele abgestimmt sein.
- c. Sie müssen der Vermittlung der besonderen Vorzüge von schweizerischen Landwirtschaftsprodukten oder von deren Herstellungsmethoden dienen.
- d. Die eingesetzten Mittel müssen in einem angemessenen Verhältnis zur erzielten Wertschöpfung und zu den Wirkungszielen stehen.
- e. Die erforderlichen eigenen finanziellen Mittel müssen vorhanden sein.
- f. Die Massnahmen dürfen nicht auf vergleichender Werbung gegenüber anderen schweizerischen Landwirtschaftsprodukten beruhen.
- g. Sie müssen sich auf die Ziele der Qualitätsstrategie der schweizerischen Land- und Ernährungswirtschaft nach Artikel 2 Absatz 3 LwG beziehen.
- h. Die Massnahmen und die regionalen Teilprojekte müssen Bestandteil eines einheitlichen Kommunikationskonzeptes der nationalen oder überregionalen Trägerschaft sein und durch diese koordiniert werden.

² Die Gesuchstellenden müssen für das Projekt über eine mittel- bis langfristige Strategie verfügen. Diese ist mindestens alle vier Jahre zu aktualisieren.

³ Die Gesuchstellenden müssen für jedes Realisierungsjahr qualitative und quantitative Ziele für das Projekt und die Teilprojekte festlegen und über ein entsprechendes Konzept für das Marketing-Controlling verfügen.

⁴ Sie müssen Ziele festlegen, was die Wirkung des Projekts auf die Zielgruppen und auf den Absatz schweizerischer Landwirtschaftsprodukte betrifft. Diese Wirkungsziele sind mindestens alle vier Jahre zu aktualisieren.

⁵ Die Gesuchstellenden müssen eine unabhängige Revisionsstelle mit der Prüfung der Buchhaltung beauftragen.

Gliederungstitel vor Art. 9a

2. Abschnitt: Projekte zur Absatzförderung

Art. 9a National organisierte Projekte zur Absatzförderung

¹ Unterstützt werden können national organisierte Projekte:

- a. zu Landwirtschaftsprodukten;
- b. zu folgenden Themenbereichen:
 1. Berg- und Alpprodukte nach Artikel 14 LwG,
 2. Bio-Produkte nach Artikel 15 LwG,
 3. Erzeugnisse mit geschützter Ursprungsbezeichnung (GUB) oder geschützter geografischer Angabe (GGA) nach Artikel 16 LwG,
 4. Regionalprodukte,
 5. Produkte aus integrierter Produktion,
 6. gemeinsames Herkunftszeichen für schweizerische Landwirtschaftsprodukte,
 7. landwirtschaftliche Dienstleistungen im Bereich des Agrotourismus.

² Pro Landwirtschaftsprodukt und pro Themenbereich wird jeweils nur ein national organisiertes Projekt unterstützt.

Art. 9b National organisierte Projekte zur Bekanntmachung
gemeinwirtschaftlicher Leistungen

Unterstützt werden können national organisierte Projekte zur Bekanntmachung der von der schweizerischen Landwirtschaft erbrachten gemeinwirtschaftlichen Leistungen.

Art. 9c Überregional organisierte Projekte zur Absatzförderung

¹ Unterstützt werden können überregional organisierte Projekte:

- a. für gemeinsam realisierte Marketingkommunikation;
- b. für die Erbringung von Dienstleistungen zugunsten von regional organisierten Projekten.

² Überregional organisierte Projekte werden nur unterstützt, wenn die eigenen finanziellen Mittel, ohne Beiträge der Kantone, mindestens 25 Prozent der anrechenbaren Kosten betragen.

Art. 9d Ergänzende Kommunikationsprojekte

¹ Für Projekte nach den Artikeln 9a und 9b sowie für produkt- oder themenübergreifende Projekte können ergänzende Kommunikationsprojekte unterstützt werden, wenn sie die folgenden Voraussetzungen erfüllen:

- a. Sie werden von Zusammenschlüssen von Produzentinnen und Produzenten mit Verarbeiterinnen und Verarbeitern oder Händlerinnen und Händlern sowie gegebenenfalls mit Konsumentinnen und Konsumenten getragen.
- b. Sie sind gesamtschweizerisch organisiert.
- c. Sie wenden sich an besondere Zielgruppen, erschliessen neue Absatzkanäle, beruhen auf neuen Kooperationsformen und Partnerschaften, bewirtschaften neue Kommunikationsthemen oder zeichnen sich durch einen anderen innovativen Ansatz in der Kommunikation aus.

² Ergänzende Kommunikationsprojekte werden während höchstens vier Jahren unterstützt.

Art. 9e Ausschreibungen für Kommunikationsprojekte zu spezifischen Themen

Das BLW kann die Umsetzung von Kommunikationsmassnahmen zu spezifischen Themen in besonderen Fällen ausschreiben. Es kann dabei von den Höchstsätzen der Finanzhilfe nach Artikel 8 Absätze 1 und 2 und von den Anforderungen nach Artikel 9d abweichen.

3. Abschnitt (Art. 11)

Aufgehoben

Gliederungstitel vor Art. 13

5. Abschnitt: Umsetzung

Art. 13 Förderschwerpunkte und Förderbereiche

¹ Das BLW teilt die zur Verfügung stehenden Mittel auf der Grundlage von Förderschwerpunkten den folgenden Förderbereichen zu:

- a. national organisierte Projekte zu Landwirtschaftsprodukten;
- b. national organisierte Projekte zu Themenbereichen nach Artikel 9a Absatz 1 Buchstabe b sowie überregional organisierte Projekte zu Regionalprodukten nach Artikel 9c;

- c. national organisierte Projekte zur Bekanntmachung der von der schweizerischen Landwirtschaft erbrachten gemeinwirtschaftlichen Leistungen;
- d. Exportinitiativen nach dem 4. Abschnitt;
- e. ergänzende Kommunikationsprojekte nach Artikel 9d.

² Die Förderschwerpunkte und die Zuteilung der Mittel auf die Förderbereiche werden vom BLW periodisch überprüft und angepasst.

Art. 13a Zuteilung der Mittel

¹ Die Mittel, die für die Projekte nach Artikel 9a zur Verfügung stehen, werden aufgrund von deren Investitionsattraktivität zuteilt.

² Das BLW orientiert sich bei der Zuteilung der Mittel an die einzelnen Projekte an Mindest- und Höchstbeträgen.

Art. 14 Gesuche um Unterstützung nach den Artikeln 9a–9d

¹ Gesuche um Unterstützung nach den Artikeln 9a–9d sind bis zum 31. Mai des Vorjahres einzureichen.

² Sie müssen folgende Angaben und Unterlagen enthalten:

- a. Beschreibung des Projekts;
- b. Marketing-Konzept;
- c. Budget;
- d. Finanzierungsplan;
- e. Konzept für das Marketing-Controlling zu den einzelnen Massnahmen und für die Kontrolle des Erreichens der definierten Wirkungsziele.

³ Gesuche um Unterstützung nach Artikel 9d müssen eine Stellungnahme der Trägerschaft, die bereits Finanzhilfen für ein Projekt im gleichen Bereich erhält, enthalten.

Art. 15 Abs. 1 und 3 Bst. g

¹ Gesuche um Unterstützung für Exportinitiativen sind bis zum 30. September des Vorjahres einzureichen.

³ Gesuche für Initiativen für eine Marktbearbeitung müssen folgende Angaben und Unterlagen enthalten:

- g. ein Konzept für das Marketing-Controlling zu den einzelnen Massnahmen und für die Kontrolle des Erreichens der definierten Wirkungsziele.

Art. 15a Beurteilung der Gesuche

Die Gesuche werden namentlich aufgrund der folgenden Kriterien beurteilt:

- a. Erfüllung der Anforderungen nach Artikel 9 und gegebenenfalls nach Artikel 9d;

- b. Übereinstimmung mit einem Zweck nach Artikel 1 und dem betreffenden Förderschwerpunkt nach Artikel 13 Absatz 1;
- c. Kosteneffizienz und Wirtschaftlichkeit;
- d. Qualität von Konzeption, Umsetzung und Wirkungskontrolle des Projekts;
- e. den in den Vorjahren erreichten Ergebnissen.

Art. 16 Abs. 1 und 4

¹ Das BLW entscheidet mittels Verfügung über die Gewährung der Finanzhilfen.

⁴ Die Stellungnahmen nach Artikel 14 Absatz 3 sind für den Entscheid des BLW nicht verbindlich.

Art. 17 Marketing-Controlling, Wirkungskontrolle und Berichterstattung

¹ Die Finanzhilfeempfänger müssen ein Marketing-Controlling zu den einzelnen Massnahmen realisieren. Sie unterbreiten die Ergebnisse dem BLW im Rahmen einer jährlichen Berichterstattung, spätestens vor der Schlusszahlung.

² Sie müssen das Erreichen der definierten Wirkungsziele kontrollieren. Über die Wirkung des Projekts müssen sie mindestens alle vier Jahre Bericht erstatten.

Art. 20a Übergangsbestimmung zur Änderung vom 18. Oktober 2017

Für Gesuche für Projekte, die 2018 umgesetzt werden, gilt das bisherige Recht.

II

Der Anhang wird aufgehoben.

III

Diese Verordnung tritt am 1. Januar 2018 in Kraft.

18. Oktober 2017

Im Namen des Schweizerischen Bundesrates

Die Bundespräsidentin: Doris Leuthard
Der Bundeskanzler: Walter Thurnherr

Zur Übereinstimmung der Seitenzahlen in allen
Amtssprachen der AS bleibt diese Seite leer.