

Brüssel, den 22.12.2020
SWD(2020) 401 final

ARBEITSUNTERLAGE DER KOMMISSIONSDIENSTSTELLEN

EVALUIERUNG (ZUSAMMENFASSUNG)

der

**Absatzförderungspolitik der EU für Agrarerzeugnisse - Binnenmarkt und
Drittlandsmärkte**

{SWD(2020) 399 final}

ZUSAMMENFASSUNG

Die Bewertung befasste sich mit der Wirksamkeit, Effizienz, Relevanz, Kohärenz und dem EU-Mehrwert der reformierten EU-Absatzförderungs politik für Agrarerzeugnisse gemäß der Verordnung (EU) Nr. 1144/2014. Sie erstreckt sich auf die EU-28 und den Zeitraum 2016-2019 (2016-2017 für Einzelland- und Mehrländerprogramme¹).

Aufgrund des frühen Zeitpunkts, der Vielfalt von Programmen und eigenen Initiativen, des Mangels an umfassenden Daten und der Schwierigkeit, die spezifischen Auswirkungen der Absatzförderungsmaßnahmen vom Einfluss kontextbezogener Faktoren abzugrenzen, war die Bewertung mit einer Reihe inhärenter **Herausforderungen und Einschränkungen** verbunden.

Als Schlussfolgerung ist festzuhalten, **dass die Absatzförderungs politik** in Bezug auf Wirksamkeit, Effizienz, Relevanz, Kohärenz und EU-Mehrwert **im Großen und Ganzen eine positive Wirkung gehabt hat**, es aber auch Bereiche gibt, die angesichts bestehender Mängel und neuer Prioritäten besonderer Aufmerksamkeit bedürfen.

Das **Begleitungs- und Bewertungssystem für Informations- und Absatzförderungsprogramme hat es nicht ermöglicht**, die Wirkung der Einzelland- und Mehrländerprogramme oder die Effizienz eigener Initiativen der Kommission umfassend nachzuweisen. Bei den auf Initiative der Kommission ergriffenen Maßnahmen wäre eine bessere Definition und Verwendung von Indikatoren denkbar, um die Leistung zu verfolgen und zur Weitergabe der gewonnenen Erkenntnisse beizutragen.

Trotz dieser Einschränkungen wurden **die über die Absatzförderungs politik finanzierten Maßnahmen als wirksam in Bezug auf ihre Ziele** angesehen. Vorläufige Daten, die im Rahmen der Programme gesammelt wurden, lassen erkennen, dass die Unterstützung von Einzelland- und Mehrländerprogrammen wirksam dazu beigetragen hat, das Bewusstsein für Erzeugnisse, Qualitätsregelungen und Produktionsstandards der EU und deren Bekanntheit zu steigern, insbesondere in Bezug auf Drittlandsmärkte mit dem höchsten Wachstumspotenzial. Die im Rahmen eigener Initiativen der Kommission durchgeführten Maßnahmen waren insofern hochwirksam, als sie es ermöglicht haben, Märkte außerhalb der EU zu erschließen oder dort zu expandieren.

Die Absatzförderungs politik wurde **effizient umgesetzt, wenngleich mit Unterschieden** bei der Verwaltung von Einzellandprogrammen bzw. Mehrländerprogrammen, da die Effizienz je nach Ansatz der Programmverwaltung unterschiedlich ist (direkte Mittelverwaltung ist effizienter). Eine Standardisierung der Messung der Indikatoren für die Berichterstattung würde es erleichtern, die Effizienz von auf Initiative der Kommission stattfindenden Veranstaltungen zu vergleichen.

Insgesamt sind die **Ziele der Politik** und die diesbezüglichen Tätigkeiten **nach wie vor relevant, haben einen klaren EU-Mehrwert** und gibt es **keine größeren Widersprüche zwischen der Absatzförderungs politik der EU und anderen Politikbereichen der EU**, einschließlich ihrer Gesundheits-, Klima-, Umwelt- und Entwicklungspolitik. Allerdings muss die Absatzförderung für bestimmte Produktarten (z. B. solche, die unter Umständen als schädlich für die menschliche Gesundheit angesehen werden können) und Produktionsmethoden (z. B. solche, die negative Auswirkungen auf die Umwelt und das Klima haben können) sowie auf bestimmten

¹ Einzellandprogramme sind Absatzförderungsprogramme, die von einer oder mehreren vorschlagenden Organisationen desselben Mitgliedstaats durchgeführt werden; Mehrländerprogramme sind Absatzförderungsprogramme von mindestens zwei Organisationen aus mindestens zwei Mitgliedstaaten oder von einer oder mehreren Organisationen auf EU-Ebene.

Märkten (z. B. in Entwicklungsländern) im Lichte politischer Entwicklungen wie etwa des europäischen Grünen Deals² sorgfältig geprüft werden.

Bei der Bewertung wurde festgestellt, dass die Politik durch folgende Maßnahmen verbessert werden könnte:

- Verbesserung des Wissens- und Erfahrungsaustauschs zwischen den Begünstigten,
- stärkere Nutzung des Slogans „Enjoy! It’s from Europe“,
- Prüfung der Verbindungen zwischen Absatzförderungsprogrammen und eigenen Initiativen der Kommission,
- Verbesserung der Kohärenz mit anderen Politikbereichen der EU.

² Wie das Jahresarbeitsprogramm 2021 zeigt, kann die Absatzförderungs politik bereits neue politische Prioritäten wie den europäischen Grünen Deal und die Strategie „Vom Hof auf den Tisch“ unterstützen. 50 % des Budgets sind für die Förderung von Erzeugnissen des ökologischen Landbaus, einer nachhaltigen landwirtschaftlichen Erzeugung sowie des Konsums von Obst und Gemüse im Rahmen einer ausgewogenen und gesunden Ernährung bestimmt.