

Verordnung über die Branchen- und Produzentenorganisationen

vom 7. Dezember 1998 (Stand am 19. November 2002)

Der Schweizerische Bundesrat,

gestützt auf die Artikel 9 und 177 Absatz 1 des Landwirtschaftsgesetzes vom 29. April 1998¹ (LwG),²

verordnet:

1. Abschnitt: Definitionen³

Art. 1 Branchenorganisation

¹ Als Branchenorganisation gilt ein repräsentativer Zusammenschluss unabhängiger Organisationen, die den Bedingungen nach Artikel 8 LwG entsprechen.

² Eine Branchenorganisation gilt als repräsentativ, wenn:

- a. ihre Mitglieder mindestens die Hälfte der in den Handel gelangenden Menge des Produkts oder der Produktegruppe produzieren, verarbeiten oder gegebenenfalls vermarkten;
- b. die Regionen, in denen das Produkt oder die Produktegruppe produziert oder verarbeitet wird, in der Organisation angemessen vertreten sind;
- c.⁴ mindestens 60 Prozent der Bewirtschafter und Bewirtschafterinnen, welche von der Massnahme betroffen sind, Mitglied der Produzentenorganisation oder der Produzentenorganisationen sind.

³ Eine Branchenorganisation fällt ihre Beschlüsse mit grossem Mehr, d.h. mit der Mehrheit der Stimmen auf den Stufen Produktion, Verarbeitung und gegebenenfalls Handel.

Art. 2 Produzentenorganisation

¹ Als Produzentenorganisation gilt ein repräsentativer Zusammenschluss von Produzentengemeinschaften.

² Sie gilt als repräsentativ, wenn die Voraussetzungen nach Artikel 1 Absatz 2 auf der Produktionsstufe erfüllt sind.

AS 1999 459

¹ SR 910.1

² Fassung gemäss Ziff. I der V vom 7. Nov. 2001, in Kraft seit 1. Jan. 2002 (AS 2001 3574).

³ Fassung gemäss Ziff. I der V vom 23. Aug. 2000, in Kraft seit 1. Jan. 2001 (AS 2000 2239).

⁴ Fassung gemäss Ziff. I der V vom 23. Aug. 2000, in Kraft seit 1. Jan. 2001 (AS 2000 2239).

Art. 3 Produzentengemeinschaft

¹ Eine Produzentengemeinschaft umfasst Bewirtschafter, die das gleiche Produkt oder die gleiche Produktgruppe produzieren.

² Ihre Statuten müssen mindestens den folgenden Inhalt haben:

- a. gemeinsame Vermarktungsregeln;
- b. die Verpflichtung, die zu statistischen Zwecken von der Gemeinschaft oder Organisation angeforderten Informationen, insbesondere über Flächen, Ernten, Erträge und Direktverkäufe, zu liefern.

Art. 3a⁵ Produkte aus der Direktvermarktung

Als Produkte aus der Direktvermarktung gelten die Produkte, die der Produzent oder die Produzentin direkt dem Endkonsumenten oder der Endkonsumentin verkauft.

2. Abschnitt: Unterstützung der Selbsthilfemassnahmen**Art. 4** Selbsthilfemassnahmen

¹ Der Bund kann die Pflicht zur Beachtung der Vereinbarungen, welche die Branchen- und Produzentenorganisationen über folgende Selbsthilfemassnahmen getroffen haben, ausdehnen:⁶

- a. Qualitätsförderung;
- b. Absatzförderungs- und Verwertungsaktionen zu Gunsten der inländischen Produktion;
- c. Verbesserung des Kenntnisstandes und der Transparenz in den Bereichen Produktion und Markt;
- d. Ausarbeitung bundesrechtskonformer Standardverträge;
- e. Anpassung der Produktion und des Angebotes an die Erfordernisse des Marktes.

^{1bis} Er kann auch die Pflicht zur Beachtung von Vereinbarungen über die Finanzierung von Selbsthilfemassnahmen ausdehnen.⁷

² Die Massnahmen zur Förderung der Anpassung der Produktion und des Angebotes an die Erfordernisse des Marktes beschränken sich auf:

- a. eine absatzgerechte Produktionsplanung und -koordination;
- b. Qualitätsförderungsprogramme, die unmittelbar zu einer Begrenzung des Produktionsvolumens oder der Produktionskapazitäten führen.

⁵ Eingefügt durch Ziff. I der V vom 23. Aug. 2000, in Kraft seit 1. Jan. 2001 (AS 2000 2239).

⁶ Fassung gemäss Ziff. I der V vom 23. Aug. 2000, in Kraft seit 1. Jan. 2001 (AS 2000 2239).

⁷ Eingefügt durch Ziff. I der V vom 23. Aug. 2000, in Kraft seit 1. Jan. 2001 (AS 2000 2239).

³ Die Branchen- und Produzentenorganisationen, deren Selbsthilfemassnahmen unterstützt werden, haben dem EVD jährlich Bericht zu erstatten über die Durchführung und die Wirkung der Massnahmen.⁸

Art. 5 Vertretung des Produkts

Ein Produkt oder eine Produktegruppe kann nur von einer einzigen Branchen- oder Produzentenorganisation vertreten werden, mit Ausnahme der Produkte, die nach den Artikeln 14–16 und 63 LWG gekennzeichnet sind und von einer spezifischen Branchen- oder Produzentenorganisation vertreten werden können.

Art. 5a⁹ Begehren

¹ Die Begehren der Branchen- oder Produzentenorganisationen sind beim Bundesamt für Landwirtschaft (Bundesamt) einzureichen.¹⁰

² Sie müssen folgende Angaben enthalten:

- a. eine Beschreibung der Unterstützungsmassnahme, für welche die Ausdehnung verlangt wird, sowie deren Zielsetzung;
- b. den Nachweis, dass die Kriterien nach den Artikeln 1 und 2 erfüllt sind;
- c. ein Budget und eine genaue Beschreibung der Zuteilung von für die Selbsthilfemassnahmen nach Artikel 4 Absatz 1^{bis} bestimmten Finanzmitteln.

2a. Abschnitt:¹¹

Massnahmen des Bundes zur Unterstützung der Selbsthilfemassnahmen

Art. 5b Vorschriften im Bereich Qualität, Absatzförderung und Anpassung der Produktion und des Angebotes

Im Anhang sind festgelegt:

- a. die Massnahmen zur Förderung der Qualität und des Absatzes sowie zur Anpassung der Produktion und des Angebotes an die Erfordernisse des Marktes;
- b. die Dauer der Massnahmen.

⁸ Eingefügt durch Ziff. I der V vom 7. Nov. 2001, in Kraft seit 1. Jan. 2002 (AS **2001** 3574).

⁹ Eingefügt durch Ziff. I der V vom 23. Aug. 2000, in Kraft seit 1. Jan. 2001 (AS **2000** 2239).

¹⁰ Fassung gemäss Ziff. I der V vom 7. Nov. 2001, in Kraft seit 1. Jan. 2002 (AS **2001** 3574).

¹¹ Eingefügt durch Ziff. I der V vom 7. Nov. 2001, in Kraft seit 1. Jan. 2002 (AS **2001** 3574).

Art. 5c Beiträge von Nichtmitgliedern an Branchen- oder Produzentenorganisationen

¹ Im Anhang sind festgelegt:

- a. die Beiträge, die Nichtmitglieder höchstens an die einzelnen Branchen- und Produzentenorganisationen zu entrichten haben;
- b. die Dauer der Beitragspflicht von Nichtmitgliedern;
- c. die Verwendung der Mittel.

² Die Beiträge von Nichtmitgliedern dürfen nicht höher sein als die entsprechenden Beiträge der Mitglieder der Branchen- oder Produzentenorganisationen.

³ Die Branchen- oder Produzentenorganisationen haben jährlich Rechenschaft über die eingezogenen Mittel und deren Verwendung zu erstatten. Sie führen eine separate Rechnung und beauftragen eine geeignete Revisionsstelle mit deren Prüfung.

Art. 5d Einzug der Beiträge

¹ Die Branchen- oder Produzentenorganisationen ziehen die Beiträge bei den Nichtmitgliedern mittels Rechnung ein. Firmen oder Organisationen können beim Vollzug mitwirken.

² Die Branchen- oder Produzentenorganisationen verfügen die Beiträge, wenn die Betroffenen nicht zahlen oder dies verlangen.

Art. 5e Weitergabe von Daten

¹ Die im Anhang aufgeführten Stellen sind verpflichtet, den Branchen- oder Produzentenorganisationen, auf Anfrage hin, die zum Einzug der Beiträge nötigen Daten weiterzugeben. Die Kosten können in Rechnung gestellt werden.

² Die Daten dürfen nur für die im Anhang erwähnten Massnahmen verwendet werden.

3. Abschnitt: Inkrafttreten**Art. 6**

Diese Verordnung tritt am 1. Januar 1999 in Kraft.

*Anhang*¹²
(Art. 5b und 5c)

Massnahmen des Bundes zur Unterstützung der Selbsthilfemassnahmen

A. Produzentenorganisation Schweizer Milchproduzenten

1. Höhe der Beiträge

Der Verband der Schweizer Milchproduzenten (SMP) als Produzentenorganisation nach Artikel 2 wird ermächtigt, folgende Beiträge von Nichtmitgliedern einzuziehen:

- a. höchstens 2 Rappen je Kilogramm vermarktete Milch zugunsten der Massnahmen nach Ziffer 2.1;
- b. höchstens 0,6 Rappen je Kilogramm vermarktete Milch zugunsten der Massnahmen nach Ziffer 2.3.

2. Verwendung der Mittel

2.1. Der nach Ziffer 1a eingezogene Beitrag muss für folgende Massnahmen eingesetzt werden:

- a. Stützungsaktionen für einzelne Milchprodukte;
- b. Förderung der Ausfuhr von Nahrungsmitteln mit hohem Milch- oder Milchprodukteanteil;
- c. Erschliessung neuer Märkte.

2.2. Bevor Massnahmen nach Ziffer 2.1 getroffen werden, sind die Organisation der gewerblichen Milchverarbeiter (Fromarte) und die Vereinigung der Schweizer Milchindustrie (VMI) zu konsultieren.

2.3. Der nach Ziffer 1b eingezogene Beitrag muss für folgende nationale oder regionale Selbsthilfemassnahmen zur markenneutralen Absatzförderung eingesetzt werden:

- a. Marketingforschung;
- b. Gattungsbezogene Basiswerbung;
- c. Gattungsbezogene Verkaufsförderungsmassnahmen;
- d. Öffentlichkeitsarbeit über ernährungsphysiologischen Wert, Frische und Qualität von Milch und Milchprodukten;
- e. Branchenübergreifende Massnahmen in Zusammenarbeit mit der Agro-Marketing Suisse AMS.

¹² Eingefügt durch Ziff. II der V vom 7. Nov. 2001 (AS 2001 3574). Bereinigt durch Ziff. I der V vom 30. Sept. 2002, in Kraft seit 1. Nov. 2002 (AS 2002 3577).

3. Weitergabe von Daten

Die Administrationsstellen Milchkontingentierung und die Treuhandstelle Milch (TSM) übermitteln dem SMP auf Anfrage folgende Daten:

- a. Die Adressen der Milchverwerter und der Direktvermarkter;
- b. die Milchmenge, welche die Produzentinnen und Produzenten den Milchverwertern verkauft haben.

4. Geltungsdauer

Die Beitragspflicht für Nichtmitglieder gilt bis zum 31. Dezember 2003.

B. Produzentenorganisation Schweizerischer Bauernverband

1. Höhe der Beiträge

Der Schweizerische Bauernverband (SBV) als Produzentenorganisation nach Artikel 2 wird ermächtigt, folgende Beiträge von Nichtmitgliedern einzuziehen:

- a. höchstens 9 Rappen pro geborenes Tier der Rindergattung;
- b. höchstens 2,5 Rappen pro geborenes Tier der Schweinegattung;
- c. höchstens 2 Rappen pro geborenes Tier der Schafgattung;
- d. höchstens 1 Rappen pro geborenes Tier der ZiegenGattung.

2. Verwendung der Mittel

Die nach Ziffer 1 erhobenen Beiträge müssen für die Marketing-Kommunikation Schweizer Landwirtschaft gestützt auf Artikel 1 der landwirtschaftlichen Absatzförderungsverordnung vom 7. Dezember 1998¹³ eingesetzt werden.

3. Weitergabe von Daten

Das Bundesamt übermittelt dem SBV auf Anfrage die Adressen der Tierhalter sowie deren Tierbestände.

4. Geltungsdauer

Die Beitragspflicht für Nichtmitglieder gilt bis zum 31. Dezember 2003.

C. Produzentenorganisation GalloSuisse

1. Höhe der Beiträge

Der GalloSuisse als Produzentenorganisation nach Artikel 2 wird ermächtigt, von Nichtmitgliedern folgende Beiträge einzuziehen:

- a. bei Käufern von Hennenküken oder Junghennen höchstens 20 Rappen je Tier;
- b. bei Käufern von Bruteiern höchstens 8 Rappen pro Ei.

¹³ SR 916.010

Die Beitragspflicht gilt nur für Käufer, die mindestens 500 Legehennen halten.

2. Verwendung der Mittel

Die nach Ziffer 1 erhobenen Beiträge müssen für die Marketing-Kommunikation Schweizer Ei gestützt auf Artikel 1 der landwirtschaftlichen Absatzförderungsverordnung vom 7. Dezember 1998 eingesetzt werden.

3. Weitergabe von Daten

Das Bundesamt übermittelt dem GalloSuisse auf Anfrage folgende Daten:

- a. die Adressen und die Zahl der gehaltenen Legehennen von inländischen Eierproduzentinnen und -produzenten, die mehr als 500 Legehennen halten;
- b. die Adressen der Importeure von Bruteiern, Küken und Junghennen sowie deren eingeführte Mengen.

4. Geltungsdauer

Die Beitragspflicht für Nichtmitglieder gilt bis zum 31. Dezember 2003.

D. Branchenorganisation Emmentaler Switzerland

1. Höhe der Beiträge

Die Emmentaler Switzerland (ES) als Branchenorganisation nach Artikel 1 wird ermächtigt, einen Beitrag von höchstens 55 Rappen je Kilogramm produziertem Emmentaler von Nichtmitgliedern einzuziehen.

2. Verwendung der Mittel

Der nach Ziffer 1 erhobene Beitrag muss für folgende Massnahmen eingesetzt werden:

- a. Werbung;
- b. Public Relations;
- c. Messen und Ausstellungen.

3. Weitergabe von Daten

Die Treuhandstelle Milch (TSM) übermittelt der ES auf Anfrage folgende Daten:

- a. Die Adressen der Hersteller und, falls vorhanden, der Affineure;
- b. die hergestellte Menge Emmentaler;
- c. die Mengen Emmentaler, die direkt vermarktet werden.

4. Geltungsdauer

Die Beitragspflicht für Nichtmitglieder gilt bis zum 31. Dezember 2003.

E. Branchenorganisation Interprofession du Gruyère

1. Markierung

Jeder Käselaib muss beim Affineur bei der Einlagerung mit einer Brandmarke versehen werden, welche die Zulassungsnummer des Betriebes und den Produktionsmonat angibt.

2. Sanktionssystem

2.1. Hersteller von Gruyère, die Nichtmitglieder der Interprofession du Gruyère sind und die Anforderungen des Pflichtenheftes des AOC-Gruyère in Bezug auf Wassergehalt, Fettgehalt oder Taxation nicht erfüllen, haben Beträge gemäss der nachfolgenden Tabelle zu bezahlen.

	Fr./100kg
Mittlerer Wassergehalt der Posten über dem Maximum (in g/kg Käse)	
370 g/kg – 374 g/kg	25.–
375 g/kg – 379 g/kg	40.–
+ 379 g/kg	70.–
Mittlerer Fettgehalt der Posten ausserhalb der Grenze	
450g/kg – 464 g/kg	60.–
465 g/kg – 479 g/kg	40.–
480 g/kg – 489 g/kg	20.–
Taxation	
17.5 Punkte	50.–
17.0 Punkte	100.–
16.5 Punkte	150.–

2.2. Die Beträge sind von der Interprofession du Gruyère einzuziehen.

2.3. Die eingezogenen Beträge sind, nach Abzug der Unkosten, dem Bund zu überweisen.

3. Weitergabe von Daten

3.1 Die Treuhandstelle Milch (TSM) übermittelt der Interprofession du Gruyère auf Anfrage folgende Daten:

- a. Die Adressen der Hersteller und, falls vorhanden, der Affineure;
- b. die hergestellte Menge Gruyère;
- c. die Mengen Gruyère, die direkt vermarktet wurden;
- d. die unpasteurisierte zu Käse verarbeitete Milchmenge.

3.2 Die Interprofession du Gruyère kann den regionalen milchwirtschaftlichen Inspektions- und Beratungsdiensten und der Eidg. Forschungsanstalt für Milchwirtschaft die nötigen Daten und Ergebnisse von Analysen weiterleiten.

4. Geltungsdauer

Die Massnahmen dieses Teils gelten bis zum 31. Dezember 2003.

F. Branchenorganisation Vacherin Fribourgeois

1. Beiträge zur Unterstützung von Selbsthilfemassnahmen

Die Interprofession du Vacherin Fribourgeois als Branchenorganisation nach Artikel 1 wird ermächtigt, von den Herstellern, die Nichtmitglieder sind, einen Beitrag von höchstens 80 Rappen je Kilogramm Vacherin Fribourgeois einzuziehen.

2. Selbsthilfemassnahme

Der nach Ziffer 1 erhobene Beitrag muss für folgende Massnahmen verwendet werden:

- a. Werbung;
- b. Public Relations;
- c. Messen und Ausstellungen.

3. Weitergabe von Daten

Die Treuhandstelle Milch (TSM) übermittelt der Interprofession du Vacherin Fribourgeois auf Anfrage folgende Daten:

- a. Die Adressen der Hersteller und, falls vorhanden, der Affineure;
- b. die hergestellte Menge Vacherin Fribourgeois;
- c. die Mengen Vacherin Fribourgeois, die nicht vermarktet wurden.

4. Geltungsdauer

Die Beitragspflicht für Nichtmitglieder gilt bis zum 31. Dezember 2003.

