

TE Vwgh Erkenntnis 2001/7/4 2000/17/0200

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 04.07.2001

Index

E1E;

E6j;

10/01 Bundes-Verfassungsgesetz (B-VG);

55 Wirtschaftslenkung;

59/04 EU - EWR;

Norm

11997E023 EG Art23;

11997E024 EG Art24;

11997E025 EG Art25;

11997E026 EG Art26;

11997E027 EG Art27;

11997E087 EG Art87;

61982CJ0222 Apple and Pear Development Council VORAB;

AMA-Gesetz 1992 §21a;

AMA-Gesetz 1992 §21c;

AMA-Gesetz 1992 §21d Abs1;

AMA-Gesetz 1992 §21d Abs2 Z8;

AMA-Gesetz 1992 §21d;

AMA-Gesetz 1992 §21e;

AMA-Gesetz 1992 §21f Abs1 Z4;

AMA-Gesetz 1992 §21f;

B-VG Art18 Abs2;

Beachte

Serie (erledigt im gleichen Sinn):99/17/0435 E 4. Juli 2001 2000/17/0199 E 20. Februar 2003 2001/17/0121 E 4. Juli 2001
2000/17/0198 E 4. Juli 2001

Betreff

Der Verwaltungsgerichtshof hat durch den Vorsitzenden Senatspräsident Dr. Puck und die Hofräte Dr. Höfinger, Dr. Holeschofsky, Dr. Köhler und Dr. Zens als Richter, im Beisein der Schriftführerin Mag. Hackl, über die Beschwerde des FH in G, vertreten durch Dr. Harald Hohenberg, Rechtsanwalt in 8010 Graz, Schönaugasse 4, gegen den Bescheid

des Bundesministers für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft vom 18. August 2000, Zl. 17.450/130-I A 7/00, betreffend Agrarmarketingbeitrag für Legehennen und für die Erzeugung von Obst, zu Recht erkannt:

Spruch

Die Beschwerde wird als unbegründet abgewiesen. Der Beschwerdeführer hat dem Bund (Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft) Aufwendungen in der Höhe von S 4.565,-- binnen zwei Wochen bei sonstiger Exekution zu ersetzen.

Begründung

Der Beschwerdeführer betreibt einen landwirtschaftlichen Betrieb.

Mit Bescheid vom 24. März 2000 des Vorstandes für den Geschäftsbereich I der Agrarmarkt Austria wurden dem Beschwerdeführer gemäß §§ 21 c, 21 d, 21 e, 21 f und 21 i des AMA-Gesetzes 1992, BGBl. Nr. 376 in der Fassung BGBl. Nr. 420/1996, Agrarmarketingbeiträge für die Haltung von Legehennen für den Zeitraum erstes Quartal 1997 bis einschließlich viertes Quartal 1998 und für die Erzeugung von Obst für den Zeitraum 1997 bis einschließlich 1998 in der Höhe von ATS 36.000,-- vorgeschrieben.

Der Beschwerdeführer erhob Berufung, in der er sich einerseits gegen die Vorschreibung des Agrarmarketingbeitrags für Legehennen vier Mal im Jahr wendete und andererseits gemeinschaftsrechtliche Bedenken gegen die Erhebung der Abgabe vorbrachte; eine Einschränkung der Berufung auf die Vorschreibung der Abgabe für die Haltung von Legehennen enthielt die Berufung nicht.

Mit dem angefochtenen Bescheid wurde die Berufung gemäß § 289 BAO iVm den oben zitierten Vorschriften des AMA-Gesetzes 1992 als unbegründet abgewiesen. Begründend führte die belangte Behörde im angefochtenen Bescheid nach Wiedergabe der maßgeblichen Rechtsvorschriften des AMA-Gesetzes 1992 insbesondere aus, dass der Auffassung des Beschwerdeführers, der Agrarmarketingbeitrag sei nur einmal jährlich zu entrichten, nicht gefolgt werden könne. § 21 f AMA-Gesetz 1992 normiere für verschiedene Waren unterschiedliche Zeitpunkte für das Entstehen der Beitragsschuld. Für Produkte, die nur einmal pro Kalenderjahr gewonnen würden (Obst, Kartoffeln) werde ein einziger Zeitpunkt pro Kalenderjahr für die Abgabentrichtung festgelegt. Für laufend produzierte und vermarktete Produkte werde bei der Entstehung der Beitragsschuld differenziert, z.B. werde bei Hühnereiern eine Entrichtung zu den Stichtagen 1. Jänner, 1. April, 1. Juli und 1. Oktober für die in den vorangegangenen drei Monaten am Quartalsende jeweils gehaltenen Legehennen vorgesehen.

Der Gesetzgeber habe mit dieser Regelung eine gewisse Flexibilität in Bezug auf die Anzahl der gehaltenen Legehennen zugelassen; er sei aber vom vollständigen Entstehen der Abgabenschuld jeweils zu den genannten Terminen und somit von einer viermaligen Entrichtung des Agrarmarketingbeitrages ausgegangen.

Zum Vorbringen in der Berufung betreffend das Gemeinschaftsrecht wird auf die Berichtspflicht nach Punkt 5.1.3. der Rahmenregelung für einzelstaatliche Beihilfen im Bereich der Werbung für landwirtschaftliche Erzeugnisse, ABl. C 302/1987, hingewiesen.

Unter Hinweis auf das Erkenntnis des EuGH in der Rechtssache Apple and Pear Development Council, Rs. 222/82, wird eingeräumt, dass staatliche Werbemaßnahmen für landwirtschaftliche Erzeugnisse ein Verstoß gegen Art. 28 EG-Vertrag sein könnten. Die Marketingkampagnen der AMA hielten sich aber in den Grenzen, die sich aus der Rechtsprechung des EuGH und den Leitlinien der Kommission ergäben, insbesondere würden zwar die Eigenschaften der österreichischen Produkte betont, dabei aber ausländische Produkte nicht schlecht gemacht. Wie der EuGH in seinem Erkenntnis in der Rechtssache 222/82 (Apple and Pear Development Council) fest gehalten habe, verwehrt es die Bestimmungen des EWG-Vertrages über den freien Warenverkehr und die Landwirtschaft einer nationalen Körperschaft weder, im Rahmen ihrer Werbetätigkeit die besondere Qualität der im betreffenden Mitgliedstaat erzeugten Ware herauszustellen, noch Kampagnen zur Förderung des Verbrauches bestimmter Sorten unter Hinweis auf ihre besonderen Eigenschaften zu organisieren. Die Agrarmarkt Austria-Marketingkampagnen hätten die Aufgabe, die Konsumenten von den Vorzügen der österreichischen Produkte zu überzeugen. Dies werde durch Herausstreichen der Wettbewerbsvorteile der österreichischen Produkte (wie typische Natürlichkeit, Frische und Qualität sowie traditionelle und handwerkliche Qualität der Verarbeitung und Produktion) bewerkstelligt. Dies bedeute, dass die besonderen Qualitäten der österreichischen Produkte deutlich gemacht würden, ohne dabei Produkte aus anderen

Mitgliedstaaten schlecht zu machen. Es werde auch mit keinem Wort vom Kauf von Produkten aus anderen Mitgliedstaaten abgeraten noch würden die österreichischen Produkte mit ausländischen Produkten in der Weise verglichen, dass ausländische Produkte gegenüber inländischen Produkten herabgesetzt würden. Die Berufung sei daher insgesamt unbegründet und damit abzuweisen gewesen.

Gegen diesen Bescheid richtet sich die vorliegende Beschwerde, in der die Verletzung im Recht, den nach dem AMA-Gesetz 1992 vorgesehenen Beitrag nur einmal jährlich vorgeschrieben zu erhalten, sowie ein Verstoß gegen Art. 28 ff EG wegen der Werbemaßnahmen für einheimische landwirtschaftliche Produkte sowie gegen Art. 87 EG wegen Vorliegens einer staatlichen oder aus staatlichen Mitteln gewährten Beihilfe, geltend gemacht wird.

Der Verwaltungsgerichtshof hat erwogen:

1. Die wesentlichen Bestimmungen des AMA-Gesetzes 1992, BGBl. Nr. 376 idF BGBl. Nr. 664/1994, 298/1995 und 420/1996, lauten:

"2. Abschnitt

Aufbringung von Beiträgen zur Förderung des Agrarmarketings Beitragszweck

§ 21 a. Der Agrarmarketingbeitrag (im folgenden Beitrag genannt) wird für folgende Zwecke erhoben:

1. zur Förderung und Sicherung des Absatzes von inländischen land- und forstwirtschaftlichen Erzeugnissen und daraus hergestellten Erzeugnissen;

2. zur Erschließung und Pflege von Märkten für diese Erzeugnisse im In- und Ausland;

3.

zur Verbesserung des Vertriebs dieser Erzeugnisse;

4.

zur Förderung von allgemeinen Maßnahmen, zur Qualitätsverbesserung und -sicherung bezüglich dieser Erzeugnisse (insbesondere der entsprechenden landwirtschaftlichen Erzeugnisse) sowie zur Vermittlung von für die Verbraucher relevanten Informationen hinsichtlich Qualität und sonstiger Produkteigenschaften dieser Erzeugnisse;

5. zur Förderung sonstiger Marketingmaßnahmen (insbesondere damit zusammenhängender Serviceleistungen und Personalkosten).

Begriffsbestimmungen

§ 21 b. ...

Beitragsgegenstand

§ 21 c. (1) Bei

1.

Übernahme von Milch ...

2.

...

4.

Haltung von Legehennen zur Erzeugung von Hühnereiern,

5.

Erzeugung von Gemüse und Obst

...

ist nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen ein Beitrag zu entrichten.

(2) Auf eingeführte Waren mit Ursprung im Ausland werden keine Beiträge erhoben, wenn vom Beitragsschuldner der Ursprung im Ausland nachgewiesen wird.

Beitragshöhe

§ 21 d. (1) Die AMA hat bis Ende Oktober jedes Jahres für das nächstfolgende Kalenderjahr durch Verordnung die Beitragshöhe für die in § 21 c Abs. 1 Z 1 bis 7 genannten Erzeugnisse unter Bedachtnahme auf die Marktlage der jeweiligen Erzeugnisse und die Notwendigkeit und Zweckmäßigkeit der Durchführung von Marketingmaßnahmen, höchstens aber bis zu den in Abs. 2 jeweils angeführten Sätzen, festzusetzen. Dabei ist insbesondere auf die Absatzentwicklung und die Erlössituation inländischer Erzeugnisse in Österreich und im Ausland Rücksicht zu nehmen.

(1a) Für das Kalenderjahr 1996 ...

(2) Der Höchstbeitrag beträgt

Schilling je Bezugseinheit

1.

Milch ...

2.

...

8.

Legehennen

.....

0,90 S je Legehenne

...

15. Intensivobstbau

..... 1 000 S je Hektar

...

(3) ...

Beitragsschuldner

§ 21e. (1) Beitragsschuldner ist:

1. für Milch ...

...

5. für Legehennen der Inhaber des Betriebs, der mehr als 500 Legehennen hält;

...

Entstehung der Beitragsschuld

§ 21 f. (1) Die Beitragsschuld entsteht ...

1. in den Fällen des § 21c Abs. 1 Z 1 ...

...

4. in den Fällen des § 21c Abs. 1 Z 4 jeweils am 1. Jänner, 1. April, 1. Juli, 1. Oktober für die in den vorangegangenen drei Monaten jeweils am Quartalsende gehaltenen Legehennen,

5. in den Fällen des

a) § 21 c Abs. 1 Z 5 und 6 jeweils am 15. Oktober für die im laufenden Kalenderjahr für die Erzeugung von Gemüse, Obst und Kartoffeln genutzten Flächen,

..."

Mit Verordnung der AMA war der Beitrag je Legehenne im maßgeblichen Abgabenerhebungszeitraum mit ATS 0,60 je Legehenne festgesetzt.

2. Der angefochtene Bescheid wird zur Gänze, also auch hinsichtlich der Vorschreibung von Agrarmarketingbeiträgen für die Erzeugung von Obst, bekämpft. Der (im Folgenden unter 3. behandelte) Vorwurf, der "Jahresbeitrag" sei in vierfacher Höhe eingehoben worden, bezieht sich jedoch erkennbar nur auf den Beitrag für die Haltung von Legehennen. Die unter 4. behandelten gemeinschaftsrechtlichen Bedenken erfassen hingegen die Erhebung des Agrarmarketingbeitrages sowohl für die Haltung von Legehennen als auch für die Erzeugung von Obst.

3. In der Beschwerde wird geltend gemacht, aus der Formulierung des § 21 d AMA-Gesetz sei eindeutig zu entnehmen, dass die Agrarmarkt Austria die Beitragshöhe "für das nächstfolgende Kalenderjahr" festzulegen habe. Dabei würden nach Abs. 2 leg. cit. Höchstbeträge für das gesamte Kalenderjahr vorgeschrieben. Bei verschiedenen Erzeugnissen sei dieser Höchstbeitrag je Tonne bzw. je geschlachtetes Tier festgelegt. Bei Schlachtgeflügel sei ein Beitrag je 100 kg Lebendgewicht und bei Legehennen eben ein Beitrag pro Legehenne vorgesehen. Gemäß § 21 f AMA-Gesetz 1992 werde festgelegt, wann die Steuerschuld entstehe. Dies sei im Fall des § 21 c Abs. 1 Z 5 AMA-Gesetz 1992 (gemeint offenbar: Z 4; es wird in der Beschwerde ausdrücklich auf den Beitrag betreffend die Haltung von Legehennen Bezug genommen), jeweils der 1. Jänner, 1. April, 1. Juli und 1. Oktober für die in den vorangegangenen drei Monaten jeweils am Quartalsende gehaltenen Legehennen. Die Entstehung der Beitragsschuld sage aber nichts über die Höhe der Beitragsschuld aus und solle "den jährlichen Höchstbetrag natürlich nicht ändern". Diese Höhe sei nach § 21 d AMA-Gesetz 1992 auf einen jährlichen Höchstbetrag beschränkt.

Diesem Vorbringen genügt es entgegenzuhalten, dass die in § 21 d Abs. 1 AMA-Gesetz 1992 vorgesehene Festlegung der Beitragshöhe für das nächstfolgende Kalenderjahr entgegen der Auffassung des Beschwerdeführers nichts darüber aussagt, ob ein einmaliger Beitrag oder ein viermal im Jahr zu entrichtender Beitrag zu leisten ist. Auch im Fall eines viermal zu entrichtenden Beitrages wäre die gesetzgeberische Absicht, den Beitrag jeweils für ein Kalenderjahr im Voraus von einer Verwaltungsbehörde festsetzen zu lassen, sprachlich nicht anders zum Ausdruck zu bringen. Wie die belangte Behörde zutreffend ausgeführt hat, ergibt sich aus § 21 f Abs. 1 Z 4 AMA-Gesetz 1992 eindeutig, dass die Beitragsschuld jeweils am 1. Jänner, 1. April, 1. Juli und 1. Oktober für die in den vorangegangenen drei Monaten jeweils am Quartalsende gehaltenen Legehennen entsteht (vgl. in diesem Sinn auch das hg. Erkenntnis vom 27. September 1999, Zl. 99/17/0189). Der Beschwerdeführer bleibt jegliche Erklärung dafür schuldig, wie eine Vorschrift zu verstehen wäre, die vier verschiedene Zeitpunkte für das Entstehen ein und derselben Abgabenschuld vorsieht, wobei die für die Höhe der Abgabe maßgeblichen Bemessungsgrundlagen (die Anzahl der gehaltenen Legehennen) demnach auch jeweils verschieden sein können, die Abgabe aber nur ein Mal geschuldet werden soll. Hätte der Gesetzgeber etwa eine Berechnung der Abgabe auf der Grundlage der durchschnittlichen Anzahl der gehaltenen Legehennen anordnen wollen, hätte er dies durch eine entsprechende Anordnung zum Ausdruck bringen können. Die Auffassung des Beschwerdeführers würde jedenfalls eine Einschränkung der Anordnung des § 21 f Abs. 1 AMA-Gesetz dahingehend erfordern, dass die Beitragsschuld zu den dort angegebenen Zeitpunkten nur zum Teil oder anteilig entstehe. Mangels einer derartigen Einschränkung ist davon auszugehen, dass zu jedem dieser Zeitpunkte die Beitragsschuld zur Gänze entsteht.

Die Vorschreibung des Agrarmarketingbeitrages in der Höhe von 0,60 S je Legehenne und Quartal entspricht somit dem Gesetz und der angefochtene Bescheid, der die Vorschreibung zu den genannten Stichtagen unter Zugrundelegung des genannten Beitragssatzes je Legehenne, die im vorangegangenen Quartal gehalten wurde, bestätigt, verletzt den Beschwerdeführer insoweit nicht in seinen Rechten.

4. Zu den gemeinschaftsrechtlichen Bedenken:

Zunächst ist darauf hinzuweisen, dass dem Beschwerdevorbringen insoweit Relevanz zukommt, als die Verwendung des Ertrages einer Abgabe zu einem gemeinschaftsrechtswidrigen Zweck den in der Rechtsprechung des EuGH bedachten Fall bedeuten kann, dass die Tätigkeit der abgabenerhebenden Körperschaft selbst teilweise gegen Gemeinschaftsrecht in einer Weise verstieße, dass daraus abgabenrechtliche Folgen abzuleiten wären. Nach der Rechtsprechung des EuGH ist es nun in einem solchen Fall, in welchem eine Abgabe zur Finanzierung einer Körperschaft dient, deren Tätigkeit teilweise gegen Gemeinschaftsrecht verstößt, Sache des nationalen Gerichts, zu beurteilen, ob dies unter Berücksichtigung der Bedeutung der fraglichen Tätigkeit zur Rechtswidrigkeit der Abgabe führt und eine völlige oder teilweise Abgabenbefreiung geboten ist (vgl. das Urteil vom 13. Dezember 1983, Rs 222/82, Apple and Pear Development Council, Slg. 1983, 4083, Rdnr. 40 und 42).

Wie der EuGH jedoch in dem gleichen Erkenntnis festgestellt hat (und worauf die belangte Behörde zu Recht verwiesen

hat), verwehren die Bestimmungen des EWG-Vertrages über den freien Warenverkehr und die Landwirtschaft sowie die Regelung über die gemeinsame Marktorganisation für Obst und Gemüse es einem Mitgliedstaat nicht, einen Rat einzurichten, der im Rahmen seiner Werbetätigkeit die besonderen Qualitäten des in den betreffenden Mitgliedstaat erzeugten Obstes herausstellt bzw. Kampagnen zur Förderung des Verkaufs bestimmter Sorten unter Hinweis auf ihre besonderen Eigenschaften organisiert. Nach Auffassung des EuGH würde es (nur dann) gegen Art. 30 EWG-Vertrag (nun Art. 28 EG) verstoßen, wenn eine solche Körperschaft Werbung mit dem Ziel betriebe, vom Kauf von Erzeugnissen aus anderen Mitgliedstaaten abzuraten, diese Erzeugnisse in den Augen der Verbraucher herabzusetzen oder ihnen zum Kauf einheimischer Erzeugnisse allein wegen ihres inländischen Ursprungs zu raten.

Die belangte Behörde hat auf diese sich nach der Rechtsprechung des EuGH ergebende Rechtslage zutreffend hingewiesen. In der Beschwerde wird nichts vorgebracht, was die Feststellung der belangten Behörde in Zweifel ziehen könnte, dass die im genannten Urteil des EuGH gezogenen Grenzen für die Werbung für inländische landwirtschaftliche Produkte durch die Marketingaktivitäten der AMA für Eier und Obst überschritten würden. Es trifft insbesondere nicht zu, dass - wie in der Beschwerde ausgeführt wird - Werbung für landwirtschaftliche Produkte, "nur weil es sich um landwirtschaftliche Produkte" handle, nach dem genannten Urteil des EuGH unzulässig sei. Die belangte Behörde hat auch zutreffend auf die Leitlinien der Kommission der Europäischen Gemeinschaft aus dem Jahre 1986, ABl. 1986 C 273/03, und die Rahmenregelung für einzelstaatliche Beihilfen im Bereich der Werbung für landwirtschaftliche Erzeugnisse (ausgenommen Fischereierzeugnisse) und nicht im Anhang II des EWG-Vertrages genannte Erzeugnisse, ABl. 1987 C 302/06, hingewiesen. In diesen hat die Kommission die Schlussfolgerungen aus dem oben genannten Urteil des EuGH und dem Urteil des EuGH in der Rechtssache 249/81 ("buy irish"/"Kauft irisch") gezogen. Aus keinem dieser Dokumente ergibt sich, dass eine staatliche Förderung der Werbung für landwirtschaftliche Produkte bei Einhaltung der vom Gerichtshof aufgezeigten Grenzen unzulässig wäre; diese Dokumente formulieren im Gegenteil die bei einer derartigen Förderung zu beachtenden Gesichtspunkte, gehen also davon aus, dass die Förderung der Werbung bei Beachtung dieser Gesichtspunkte zulässig ist. Wie der Verwaltungsgerichtshof bereits in seinem Erkenntnis vom 27. September 1999, Zl. 99/17/0189, ausgeführt hat, hat der EuGH als Grenze für die Zulässigkeit einer Abgabe, wie sie der Agrarmarketingbeitrag darstellt, unter dem Gesichtspunkt der Art. 23 bis 27 EG die Behinderung der innerhalb der betreffenden Marktorganisation vorgesehenen Mechanismen genannt.

Die in § 21a AMA-Gesetz 1992 verankerten Zwecke der Tätigkeit der AMA sind daher mit dem Gemeinschaftsrecht vereinbar, da sie nicht dazu ermächtigen, dass in allfälligen Marketingkampagnen gegen die dargestellten Grundsätze des Gemeinschaftsrechts verstoßen wird. Dass die AMA bei ihrer Tätigkeit bezüglich der Werbung für Eier und Obst gegen diese Grundsätze in einer - allenfalls - die Konformität der im Beschwerdefall angewendeten Abgabenvorschrift mit dem Gemeinschaftsrecht in Frage stellenden Weise verstoßen hätte, wird nur mit der nicht zielführenden Behauptung unterstellt, dass die Werbung für landwirtschaftliche Produkte an sich bereits mit dem Gemeinschaftsrecht unvereinbar sei.

Soweit in der Beschwerde das Vorliegen einer unzulässigen Beihilfe im Sinne des Art. 87 EG geltend gemacht wird, ist noch auf Folgendes hinzuweisen:

Wie sich aus dem oben genannten Urteil des Europäischen Gerichtshofes vom 13. Dezember 1983 ergibt, ist eine im Wege einer Abgabe finanzierte Werbetätigkeit einer öffentlich-rechtlichen Körperschaft betreffend die besonderen Qualitäten der im betreffenden Mitgliedstaat erzeugten landwirtschaftlichen Produkte nicht von Haus aus mit dem Gemeinschaftsrecht unvereinbar.

Das Beschwerdevorbringen, die von der AMA vereinnahmten Beträge seien geeignet, den Wettbewerb zu verfälschen, kann nicht aufzeigen, in welcher Weise sich die nach dem AMA-Gesetz durchgeführten Werbekampagnen signifikant von den vom EuGH im Urteil Apple und Pear Development Council beurteilten Maßnahmen, die ebenfalls mit Zwangsbeiträgen finanziert wurden, unterscheiden sollten. Der EuGH hat die in der Beschwerde zugrunde liegende Auffassung, dass schon die Werbung für ein bestimmtes landwirtschaftliches Produkt den Handel zwischen den Mitgliedstaaten beeinträchtigt, ausdrücklich nicht geteilt. Auch Umstände, die die vom EuGH als Grenze angesehene Behinderung des Funktionierens der für die betreffende Marktorganisation vorgesehenen Mechanismen indizieren könnten, werden in der Beschwerde nicht aufgezeigt.

Die nach dem AMA-Gesetz 1992 von der AMA durchgeführten Marketingmaßnahmen für den Absatz von Eiern und

Obst (die mit den Agrarmarketingbeiträgen finanziert werden) bedeuten weder eine Begünstigung einzelner Betriebe durch einen staatlichen Zuschuss noch werden mit ihnen die vom EuGH im genannten Erkenntnis gezogenen Grenzen für Marketingmaßnahmen für landwirtschaftliche Produkte überschritten. Die Maßnahmen stellen daher weder eine unzulässige Beihilfe nach Art. 87 EG, noch eine nach Art. 23 bis 27 EG unzulässige Abgabe dar. Das Beschwerdevorbringen ist nicht geeignet, eine andere Beurteilung nahe zu legen. Es liegt weder eine unzulässige Förderung eines bestimmten Wirtschaftszweiges, insbesondere eines bestimmten Zweiges der Landwirtschaft, noch eine Ungleichbehandlung innerhalb der durch den gegenständlichen Agrarmarketingbeitrag für Legehennen erfassten Kreis von Produzenten vor, die zur Annahme einer unzulässigen Beihilfe für allenfalls bevorzugte Betriebe führen müsste. Aus diesem Grund ist auch auf das Vorbringen hinsichtlich der Notifizierung und der allfälligen Folgen der Unterlassung der Notifizierung nicht näher einzugehen (vgl. im Übrigen den Hinweis der belangten Behörde auf die Berichtspflicht nach der genannten Rahmenregelung 87/C 302/06, der von Seiten der belangten Behörde nachgekommen wurde).

Im Hinblick darauf, dass die maßgebliche Rechtslage durch das genannte Urteil in der Rechtssache Apple and Pear klargestellt ist, erübrigt sich auch die in der Beschwerde angeregte Vorlage einer entsprechenden Frage an den EuGH gemäß Art. 234 EG. Der EuGH hat in dem genannten Urteil insbesondere auch ausgesprochen (Rdnr. 25), dass es Sache des nationalen Gerichts ist, aufgrund der vom EuGH dargestellten Auslegungskriterien zu beurteilen, ob und inwieweit (im damaligen Beschwerdefall) der Apple and Pear Development Council die ihm durch die nationale Regelung übertragenen Aufgaben in einer Weise ausübt, die mit dem Gemeinschaftsrecht unvereinbar ist.

Die belangte Behörde ist daher zutreffend davon ausgegangen, dass die gesetzlichen Grundlagen im AMA-Gesetz für die Einhebung des Agrarmarketingbeitrages für die Haltung Legehennen bzw. Obst mit dem Gemeinschaftsrecht vereinbar ist und auch die Praxis die Rechtmäßigkeit der angefochtenen Abgabenvorschreibung nicht in Frage stellt. Es bestand daher auch kein Anlass, in Anwendung der vom EuGH entwickelten Grundsätze hinsichtlich des Vorranges von Gemeinschaftsrecht und dessen unmittelbarer Anwendung iVm der in Rdnr. 40 und 42 des Urteils in der Rechtssache Apple and Pear entwickelten Auffassung, (es habe das nationale Gericht zu beurteilen), dass eine Abgabe im Falle einer gemeinschaftsrechtswidrigen Verwendung - allenfalls anteilig - nicht geschuldet werde, eine Reduktion des Agrarmarketingbeitrags, wie er sich aus der innerstaatlichen gesetzlichen und ordnungsmäßigen Grundlage ergibt, vorzunehmen. Die konkret vorgenommene Vorschreibung entsprach somit sowohl dem innerstaatlichen Recht als auch dem Gemeinschaftsrecht.

3. Die Beschwerde war daher gemäß § 42 Abs. 1 VwGG als unbegründet abzuweisen.

4. Soweit Entscheidungen des Verwaltungsgerichtshofes zitiert wurden, die in der Amtlichen Sammlung der Erkenntnisse und Beschlüsse dieses Gerichtshofes nicht veröffentlicht sind, wird auf Art. 14 Abs. 4 der Geschäftsordnung des Verwaltungsgerichtshofes, BGBl. Nr. 45/1965, hingewiesen. Wien, am 4. Juli 2001

Gerichtsentscheidung

EuGH 61982J0222 Apple and Pear Development Council VORAB

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:VWGH:2001:2000170200.X00

Im RIS seit

30.01.2002

Zuletzt aktualisiert am

21.11.2011

Quelle: Verwaltungsgerichtshof VwGH, <http://www.vwgh.gv.at>

© 2025 JUSLINE

JUSLINE® ist eine Marke der ADVOKAT Unternehmensberatung Greiter & Greiter GmbH.

www.jusline.at