

# Die staatliche Förderung regionaler Produkte in Europa


Eine wirtschaftspolitische Bewertung aus  
europa- und völkerrechtlicher Perspektive

*Thilo Marauhn / Nadine Ruppel*

Professur für  
Öffentliches Recht,  
Völkerrecht und  
Europarecht



Fachbereich  
Rechtswissenschaft

JUSTUS-LIEBIG-  
 UNIVERSITÄT  
GIESSEN

# Die Rhön

„Eine ständig wechselnde Speisekarte trägt zur Verkaufsförderung von ausschließlich Rhöner Produkten bei. So können Sie Spezialitäten vom Rhön-Lamm, Rhöner Weideochsen und der Rhöner Bachforelle frisch zubereitet genießen.“



Professur für  
Öffentliches Recht,  
Völkerrecht und  
Europarecht



Fachbereich  
Rechtswissenschaft

JUSTUS-LIEBIG-  
 UNIVERSITÄT  
GIESSEN

# Die staatliche Förderung regionaler Produkte in Europa

- Eine wirtschaftspolitische Bewertung aus  
europa- und völkerrechtlicher Perspektive -

- I. Abgrenzung geschützte  
Herkunftsangaben/regionale Produkte  
(Qualitätszeichen)
  - Europarechtliche Grenzen der Förderung
    - Warenverkehrsfreiheit
    - Wettbewerbsrecht
  - Völkerrechtliche Grenzen der Förderung
  - Zusammenfassung und Perspektiven

Professur für  
Öffentliches Recht,  
Völkerrecht und  
Europarecht



Fachbereich  
Rechtswissenschaft

JUSTUS-LIEBIG-  
 UNIVERSITÄT  
GIESSEN

# I. Abgrenzung geschützte Herkunftsangaben/regionale Produkte (Qualitätszeichen)

- **geschützte Herkunftsangaben**
  - Ursprungsbezeichnungen
  - geographische Angaben
- **regionale Produkte (Qualitätszeichen)**

Professur für  
Öffentliches Recht,  
Völkerrecht und  
Europarecht



Fachbereich  
Rechtswissenschaft

# II. Europarechtliche Grenzen der Förderung

- Warenverkehrsfreiheit Art. 28 EG
- Wettbewerbsrecht Art. 87 ff. EG

Professur für  
Öffentliches Recht,  
Völkerrecht und  
Europarecht



Fachbereich  
Rechtswissenschaft

JUSTUS-LIEBIG-  
 UNIVERSITÄT  
GIESSEN

# 1. Warenverkehrsfreiheit

- **Dem Staat zurechenbare  
Maßnahme**

- keine Bindung für privatrechtliche  
Akteure

- Urteil des EuGH zu CMA

Centrale Marketing-Gesellschaft  
der deutschen Agrarwirtschaft  
mbH

## b) Beeinträchtigung durch staatliche Werbemaßnahmen

## c) Rechtfertigungsmöglichkeiten

Professur für  
Öffentliches Recht,  
Völkerrecht und  
Europarecht



Fachbereich  
Rechtswissenschaft

JUSTUS-LIEBIG-  
 UNIVERSITÄT  
GIESSEN

## 2. Wettbewerbsrecht Art. 87 ff. EG

- **Vereinbarkeit von Beihilfen mit dem Gemeinsamen Markt**
  - Genehmigungsbedürftigkeit der staatlichen Finanzierung von Qualitätszeichen
- b) **Genehmigungspraxis der Kommission**
  - regionaler Ursprung des Produkts als primäre oder sekundäre Werbebotschaft?

Professur für  
Öffentliches Recht,  
Völkerrecht und  
Europarecht



Fachbereich  
Rechtswissenschaft

JUSTUS-LIEBIG-  
 UNIVERSITÄT  
GIESSEN

# III. Völkerrechtliche Grenzen der Förderung

- Maßstäbe der WTO-Regelungen mit der EG-Warenverkehrsfreiheit vergleichbar
- Wechselwirkung zwischen völker- und europarechtlichen Maßstäben

Professur für  
Öffentliches Recht,  
Völkerrecht und  
Europarecht



Fachbereich  
Rechtswissenschaft

JUSTUS-LIEBIG-  
 UNIVERSITÄT  
GIESSEN

# IV. Zusammenfassung und Perspektiven

- Gefahr des versteckten Protektionismus
- Initiative der Erzeuger zum Marketing landwirtschaftlicher Produkte
- Schaffung geeigneter Rahmenbedingungen für eigenverantwortliche Tätigkeit Privater durch den Staat

Professur für  
Öffentliches Recht,  
Völkerrecht und  
Europarecht



Fachbereich  
Rechtswissenschaft


JUSTUS-LIEBIG-  
 UNIVERSITÄT  
GIESSEN

Vielen Dank!

Professur für  
Öffentliches Recht,  
Völkerrecht und  
Europarecht



Fachbereich  
Rechtswissenschaft

JUSTUS-LIEBIG-  
 UNIVERSITÄT  
GIESSEN