

TE Vwgh Erkenntnis 2013/11/14 2013/17/0029

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 14.11.2013

Index

55 Wirtschaftslenkung;

Norm

AMA-Gesetz 1992 §21b Z16 idF 2007/II/055;

AMA-Gesetz 1992 §21c Abs1 Z8;

AMA-Gesetz 1992 §21c Abs1 Z9 idF 2007/II/055;

AMA-Gesetz 1992 §21d Abs3 idF 2007/II/055;

1. § 21b heute
2. § 21b gültig ab 01.01.2023 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 209/2022
3. § 21b gültig von 01.01.2014 bis 31.12.2022 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 177/2013
4. § 21b gültig von 01.08.2013 bis 31.12.2013 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 177/2013
5. § 21b gültig von 01.07.2007 bis 31.07.2013 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 55/2007
6. § 21b gültig von 18.08.1999 bis 30.06.2007 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 154/1999
7. § 21b gültig von 01.07.1996 bis 17.08.1999 zuletzt geändert durch BGBl. Nr. 420/1996
8. § 21b gültig von 01.01.1995 bis 30.06.1996 zuletzt geändert durch BGBl. Nr. 298/1995
9. § 21b gültig von 01.11.1994 bis 31.12.1994 zuletzt geändert durch BGBl. Nr. 664/1994
1. § 21c heute
2. § 21c gültig ab 01.01.2023 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 209/2022
3. § 21c gültig von 01.08.2013 bis 31.12.2022 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 177/2013
4. § 21c gültig von 01.07.2007 bis 31.07.2013 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 55/2007
5. § 21c gültig von 18.08.1999 bis 30.06.2007 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 154/1999
6. § 21c gültig von 01.07.1996 bis 17.08.1999 zuletzt geändert durch BGBl. Nr. 420/1996
7. § 21c gültig von 01.11.1994 bis 30.06.1996 zuletzt geändert durch BGBl. Nr. 664/1994
1. § 21c heute
2. § 21c gültig ab 01.01.2023 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 209/2022
3. § 21c gültig von 01.08.2013 bis 31.12.2022 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 177/2013
4. § 21c gültig von 01.07.2007 bis 31.07.2013 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 55/2007
5. § 21c gültig von 18.08.1999 bis 30.06.2007 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 154/1999
6. § 21c gültig von 01.07.1996 bis 17.08.1999 zuletzt geändert durch BGBl. Nr. 420/1996
7. § 21c gültig von 01.11.1994 bis 30.06.1996 zuletzt geändert durch BGBl. Nr. 664/1994
1. § 21d heute

2. § 21d gültig ab 01.01.2023 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 209/2022
3. § 21d gültig von 01.01.2014 bis 31.12.2022 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 177/2013
4. § 21d gültig von 07.08.2013 bis 31.12.2013 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 177/2013
5. § 21d gültig von 01.08.2013 bis 06.08.2013 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 177/2013
6. § 21d gültig von 01.01.2008 bis 31.07.2013 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 55/2007
7. § 21d gültig von 01.07.2007 bis 31.12.2007 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 55/2007
8. § 21d gültig von 01.01.2002 bis 30.06.2007 zuletzt geändert durch BGBl. I Nr. 108/2001
9. § 21d gültig von 01.07.1996 bis 31.12.2001 zuletzt geändert durch BGBl. Nr. 420/1996
10. § 21d gültig von 01.11.1994 bis 30.06.1996 zuletzt geändert durch BGBl. Nr. 664/1994

Betreff

Der Verwaltungsgerichtshof hat durch den Vorsitzenden Senatspräsident Dr. Holeschovsky, die Hofrätinnen Mag. Dr. Zehetner und Mag. Nussbaumer-Hinterauer, den Hofrat Mag. Straßegger und die Hofrätin Mag. Rossmeisel als Richter, im Beisein der Schriftführerin Mag. Fries, über die Beschwerde der W Aktiengesellschaft in L, vertreten durch Saxinger, Chalupsky & Partner Rechtsanwälte GmbH in 4020 Linz, Europaplatz 7, gegen den Bescheid des Bundesministers für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft vom 14. April 2011, Zl. BMLFUW-LE.4.3.2/0039- I/2/2009, betreffend Vorschreibung von Agrarmarketingbeiträgen (Wein) für den Zeitraum 1. und 2. Quartal 2008, zu Recht erkannt:

Spruch

Die Beschwerde wird als unbegründet abgewiesen.

Die beschwerdeführende Partei hat dem Bund Aufwendungen in der Höhe von EUR 610,60 binnen zwei Wochen bei sonstiger Exekution zu ersetzen.

Begründung

1.1. Die Beschwerdeführerin ist Weinhandlerin und bringt gewerbsmäßig Wein erstmalig in Verkehr. Bei diesem Wein handelt es sich größtenteils um einen solchen, welcher von Winzern und Winzergenossenschaften zugekauft wurde sowie um Wein, welcher aus von Winzern und Winzergenossenschaften zugekauften Trauben von der Beschwerdeführerin gewonnen wurde.

Sie ist darüber hinaus Inhaberin und Bewirtschafterin des Schlossweingutes M in M und eines Weingutes in S im Gesamtausmaß von rund 70 ha. Der aus diesem Weingarten gewonnene Wein wird von der Beschwerdeführerin selbst vertrieben. Rund 3 % des von der Beschwerdeführerin vertriebenen Weins stammen somit aus eigener Produktion; der Rest ist zugekaufter Wein bzw. Wein aus zugekauften Trauben.

1.2. Mit Bescheid des Vorstandes für den Geschäftsbereich I der Agrarmarkt Austria (AMA) vom 1. September 2008 wurden der Beschwerdeführerin Agrarmarketingbeiträge für den Zeitraum 1. und 2. Quartal 2008 im Gesamtbetrag von EUR 70.765,91 vorgeschrieben; auf Grund der Zahlungen der Beschwerdeführerin in der Höhe von EUR 69.900,-- war ein Betrag von EUR 865,91 als Minderzahlung aushaftend. 1.2. Mit Bescheid des Vorstandes für den Geschäftsbereich römisch eins der Agrarmarkt Austria (AMA) vom 1. September 2008 wurden der Beschwerdeführerin Agrarmarketingbeiträge für den Zeitraum 1. und 2. Quartal 2008 im Gesamtbetrag von EUR 70.765,91 vorgeschrieben; auf Grund der Zahlungen der Beschwerdeführerin in der Höhe von EUR 69.900,-- war ein Betrag von EUR 865,91 als Minderzahlung aushaftend.

Die Beschwerdeführerin erhob gegen die Vorschreibung der Beiträge Berufung.

1.3. Mit dem angefochtenen Bescheid wies die belangte Behörde die Berufung gemäß "§ 289 Abs. 2 BAO iVm den §§ 21c Abs. 1 Z 9 und Abs. 2, 21d Abs. 3 und 21e Abs. 1 Z 9 sowie § 21g Abs. 3 des AMA-Gesetzes 1992, BGBl. Nr. 376 i.d.g.F." ab. 1.3. Mit dem angefochtenen Bescheid wies die belangte Behörde die Berufung gemäß "§ 289 Absatz 2, BAO in Verbindung mit den Paragraphen 21 c, Absatz eins, Ziffer 9 und Absatz 2, 21 d, Absatz 3 und 21 e Absatz eins, Ziffer 9, sowie Paragraph 21 g, Absatz 3, des AMA-Gesetzes 1992, Bundesgesetzblatt , Nr. 376 i.d.g.F." ab.

Begründend führte die belangte Behörde zum Einwand der Gleichheitswidrigkeit, wonach das Bundesgesetz über die Einrichtung der Marktordnungsstelle "Agrarmarkt Austria" (AMA-Gesetz 1992) unsachlich zwischen Weinproduzenten und Weinhändlern differenziere, aus, dass die Frage bereits vom Verfassungsgerichtshof abgeklärt worden sei. Dieser

habe bereits ausgesprochen, dass die unterschiedliche Behandlung von Produzenten und Händlern nicht den rechtspolitischen Gestaltungsspielraum des Gesetzgebers überschreite, der damit die unterschiedlichen faktischen Gegebenheiten und die unterschiedlichen Gewinnchancen in Betracht ziehe.

Wenn die Beschwerdeführerin weiters behaupte, dass schon die auf Grund des AMA-G selbst bestehende Gleichheitswidrigkeit durch die Verordnung des Verwaltungsrates der Marktordnungsstelle Agrarmarkt Austria über die näheren Bedingungen zur Erhebung des Agrarmarketingbeitrags für Wein (Weinbeitragsverordnung) nicht behoben, sondern verschärft werde, erachtete die belangte Behörde, dass bei der Berechnung des Agrarmarketingbeitrags für Wein von Produzentenhändlern die Möglichkeit der Anrechnung des Flächenbeitrages tatsächlich bestehe. Betriebe, die sowohl eigene Flächen bewirtschafteten als auch Fremdwein zukaufen (also Produzentenhändler), sollten in die Lage versetzt werden, den eigenen Wein - wie ein Winzer, der nicht mit Fremdwein handle - derart vermarkten zu können, dass dieser nur mit dem Flächenbeitrag, nicht jedoch mit dem Literbeitrag belastet sei. Auch bei Produzentenhändlern sei der Fremdwein sowohl mit dem Flächenbeitrag als auch dem Flaschenbeitrag belastet. Dies gehe eindeutig aus dem Wortlaut des § 3 Abs. 1 der Weinbeitragsverordnung hervor. Die kumulativen Voraussetzungen für die Möglichkeit der Anrechnung des Flächenbeitrages sei dementsprechend sowohl die personelle Identität zwischen dem Schuldner für den Flächenbeitrag und dem Schuldner für den Literbeitrag (diese Konstellation ergebe den Produzentenhändler), als auch, dass der Literbeitrag für Wein von Flächen zu entrichten sei, für die bereits ein Flächenbeitrag gezahlt worden sei (also auch für Eigenweine). Ausschließlich bei Vorliegen dieser Konstellation werde im Rahmen der Berechnung des Marketingbeitrags der Literbeitrag für Eigenwein und Fremdwein addiert, wobei der bereits für den Eigenwein entrichtete Flächenbeitrag subtrahiert werden könne. Durch diese Konstruktion komme es zu einer Gleichstellung von Produzentenhändlern mit Weinproduzenten, die ausschließlich Eigenbauweine vermarkteten. Eine ähnliche Regelung sehe Abs. 3 des § 3 der zitierten Verordnung für Winzergenossenschaften vor. Die in der Berufung aufgestellten Behauptungen trafen nicht zu. Produzentenhändler könnten eben nicht eigenen und zugekauften Wein in Verkehr bringen, auf den jeweils nur einmal Agrarmarketingbeitrag erhoben werde. Auch Betriebe, die sowohl eigenen Wein produzierten und vermarkteten als auch Handel mit Fremdwein betrieben, hätten für diesen bereits mit dem Flächenbeitrag belasteten Fremdwein zusätzlich einen Literbeitrag zu entrichten. Eine Subtraktion des für diesen Fremdwein bereits entrichteten Flächenbeitrages sei im Sinn von § 3 Abs. 1 der genannten Verordnung ausgeschlossen. Im Sinn dieser AMA-Verordnung zum Marketingbeitrag-Wein bestehe auch für die Beschwerdeführerin lediglich die Möglichkeit, bei der Berechnung des Literbeitrages für Fremd- und Eigenwein den bereits entrichteten Beitrag für die eigene Fläche abzuziehen. Anders als in der Berufung dargestellt, werde im Hinblick auf den Handelswein eben nicht zwischen Weinhändlern und Produzentenhändlern differenziert; Fremdweine seien in beiden Fällen sowohl mit dem Flächenbeitrag als auch mit dem Literbeitrag belastet. Wenn die Beschwerdeführerin weiters behaupte, dass schon die auf Grund des AMA-G selbst bestehende Gleichheitswidrigkeit durch die Verordnung des Verwaltungsrates der Marktordnungsstelle Agrarmarkt Austria über die näheren Bedingungen zur Erhebung des Agrarmarketingbeitrags für Wein (Weinbeitragsverordnung) nicht behoben, sondern verschärft werde, erachtete die belangte Behörde, dass bei der Berechnung des Agrarmarketingbeitrags für Wein von Produzentenhändlern die Möglichkeit der Anrechnung des Flächenbeitrages tatsächlich bestehe. Betriebe, die sowohl eigene Flächen bewirtschafteten als auch Fremdwein zukaufen (also Produzentenhändler), sollten in die Lage versetzt werden, den eigenen Wein - wie ein Winzer, der nicht mit Fremdwein handle - derart vermarkten zu können, dass dieser nur mit dem Flächenbeitrag, nicht jedoch mit dem Literbeitrag belastet sei. Auch bei Produzentenhändlern sei der Fremdwein sowohl mit dem Flächenbeitrag als auch dem Flaschenbeitrag belastet. Dies gehe eindeutig aus dem Wortlaut des Paragraph 3, Absatz eins, der Weinbeitragsverordnung hervor. Die kumulativen Voraussetzungen für die Möglichkeit der Anrechnung des Flächenbeitrages sei dementsprechend sowohl die personelle Identität zwischen dem Schuldner für den Flächenbeitrag und dem Schuldner für den Literbeitrag (diese Konstellation ergebe den Produzentenhändler), als auch, dass der Literbeitrag für Wein von Flächen zu entrichten sei, für die bereits ein Flächenbeitrag gezahlt worden sei (also auch für Eigenweine). Ausschließlich bei Vorliegen dieser Konstellation werde im Rahmen der Berechnung des Marketingbeitrags der Literbeitrag für Eigenwein und Fremdwein addiert, wobei der bereits für den Eigenwein entrichtete Flächenbeitrag subtrahiert werden könne. Durch diese Konstruktion komme es zu einer Gleichstellung von Produzentenhändlern mit Weinproduzenten, die ausschließlich Eigenbauweine vermarkteten. Eine ähnliche Regelung sehe Absatz 3, des Paragraph 3, der zitierten Verordnung für Winzergenossenschaften vor. Die in der Berufung aufgestellten Behauptungen trafen nicht zu. Produzentenhändler könnten eben nicht eigenen und zugekauften Wein

in Verkehr bringen, auf den jeweils nur einmal Agrarmarketingbeitrag erhoben werde. Auch Betriebe, die sowohl eigenen Wein produzierten und vermarkteten als auch Handel mit Fremdw Wein betrieben, hätten für diesen bereits mit dem Flächenbeitrag belasteten Fremdw Wein zusätzlich einen Literbeitrag zu entrichten. Eine Subtraktion des für diesen Fremdw Wein bereits entrichteten Flächenbeitrages sei im Sinn von Paragraph 3, Absatz eins, der genannten Verordnung ausgeschlossen. Im Sinn dieser AMA-Verordnung zum Marketingbeitrag-Wein bestehe auch für die Beschwerdeführerin lediglich die Möglichkeit, bei der Berechnung des Literbeitrages für Fremd- und Eigenwein den bereits entrichteten Beitrag für die eigene Fläche abzuziehen. Anders als in der Berufung dargestellt, werde im Hinblick auf den Handelswein eben nicht zwischen Weinhändlern und Produzentenhändlern differenziert; Fremdw eine seien in beiden Fällen sowohl mit dem Flächenbeitrag als auch mit dem Literbeitrag belastet.

1.4. Gegen diesen Bescheid hat die Beschwerdeführerin zunächst Beschwerde an den Verfassungsgerichtshof erhoben, der ihre Behandlung mit Beschluss vom 23. November 2012, B 627/11-6, abgelehnt und dem Verwaltungsgerichtshof gemäß Art. 144 Abs. 3 B-VG zur Entscheidung abgetreten hat. 1.4. Gegen diesen Bescheid hat die Beschwerdeführerin zunächst Beschwerde an den Verfassungsgerichtshof erhoben, der ihre Behandlung mit Beschluss vom 23. November 2012, B 627/11-6, abgelehnt und dem Verwaltungsgerichtshof gemäß Artikel 144, Absatz 3, B-VG zur Entscheidung abgetreten hat.

In der Beschwerdeergänzung macht die Beschwerdeführerin Rechtswidrigkeit des Inhalts sowie Rechtswidrigkeit infolge Verletzung von Verfahrensvorschriften mit dem Antrag geltend, den angefochtenen Bescheid aus diesen Gründen aufzuheben.

Die belangte Behörde legte die Akten des Verwaltungsverfahrens vor und erstattete eine Gegenschrift, in welcher sie die kostenpflichtige Abweisung der Beschwerde beantragt.

2. Der Verwaltungsgerichtshof hat erwogen:

2.1. Vorliegend ist das AMA-Gesetz 1992, BGBl. Nr. 376 in der für die hier maßgebenden Zeiträume 1. und 2. Quartal 2008 geltenden Fassung BGBl. I Nr. 55/2007 anzuwenden. 2.1. Vorliegend ist das AMA-Gesetz 1992, BGBl. Nr. 376 in der für die hier maßgebenden Zeiträume 1. und 2. Quartal 2008 geltenden Fassung Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr. 55 aus 2007, anzuwenden.

Gemäß § 2 Abs. 1 leg. cit. ist die AMA eine juristische Person des öffentlichen Rechts. Diese hat im eigenen Wirkungsbereich folgende Aufgaben zu vollziehen (§ 3 Abs. 1 leg. cit.): Gemäß Paragraph 2, Absatz eins, leg. cit. ist die AMA eine juristische Person des öffentlichen Rechts. Diese hat im eigenen Wirkungsbereich folgende Aufgaben zu vollziehen (Paragraph 3, Absatz eins, leg. cit.):

1. Zentrale Markt- und Preisberichterstattung über in- und ausländische Märkte betreffend agrarische Produkte, daraus hergestellte Verarbeitungserzeugnisse und landwirtschaftliche Produktionsmittel,
2. Maßnahmen zur Qualitätssteigerung, wie insbesondere Entwicklung und Anwendung von Qualitätsrichtlinien für agrarische Produkte und daraus hergestellte Verarbeitungszeugnisse, und
3. Förderung des Agrarmarketings.

Weitere maßgebende Bestimmungen lauten auszugsweise:

"Beitragszweck

§ 21a (1) Der Agrarmarktbeitrag (im folgenden Beitrag genannt) wird für folgende Zwecke erhoben: Paragraph 21 a, (1) Der Agrarmarktbeitrag (im folgenden Beitrag genannt) wird für folgende Zwecke erhoben:

1. zur Förderung und Sicherung des Absatzes von land- und forstwirtschaftlichen Erzeugnissen und daraus hergestellten Erzeugnissen;
2. zur Erschließung und Pflege von Märkten für diese Erzeugnisse im In- und Ausland;
 1. 3. Ziffer 3
zur Verbesserung des Vertriebes dieser Erzeugnisse;
 2. 4. Ziffer 4
zur Förderung von allgemeinen Maßnahmen zur Qualitätsverbesserung und -sicherung bezüglich dieser Erzeugnisse (insbesondere der entsprechenden landwirtschaftlichen Erzeugnisse) sowie der Vermittlung von für

die Verbraucher relevanten Informationen hinsichtlich Qualität, Aspekte des Verbraucherschutzes und des Wohlergehens der Tiere sowie sonstiger Produkteigenschaften dieser Erzeugnisse;

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

Begriffsbestimmungen

§ 21b ...Paragraph 21 b, ...

15. Wein: Tafelwein, Landwein und Qualitätswein im Sinn des Weingesetzes 1999, BGBl. I Nr. 141/1999;

15. Wein: Tafelwein, Landwein und Qualitätswein im Sinn des Weingesetzes 1999, Bundesgesetzblatt Teil eins, Nr. 141 aus 1999,;

16. erstmaliges Inverkehrbringen von Wein:

a) Zukauf von Wein in Behältnissen mit einem Inhalt über 50 Liter samt Abfüllung dieses zugekauften Weines in Behältnissen mit einem Inhalt bis zu 50 Liter oder

b) Erzeugung von Wein aus zugekauften Trauben samt Abfüllung dieses aus zugekauften Trauben erzeugten Weines in Behältnissen mit einem Inhalt bis zu 50 Liter oder

c) Verbringung oder Export dieses zugekauften oder aus zugekauften Trauben erzeugten Weines in Behältnissen mit einem Inhalt über 50 Liter außerhalb des Bundesgebietes.

Beitragsgegenstand

§ 21c (1) Bei Paragraph 21 c, (1) Bei

...

1. 8. Ziffer 8

Bewirtschaftung von Weingartenflächen,

2. 9. Ziffer 9

erstmaligem Inverkehrbringen von Wein

ist nach Maßgabe der folgenden Bestimmungen ein Beitrag zu entrichten.

Beitragshöhe

§ 21d ...Paragraph 21 d, ...

1. (3) Absatz 3, Für Wein beträgt der Beitrag EUR 55,-- je ha Weingartenfläche (Flächenbeitrag) und EUR 1,10 je 100 Liter Wein (Literbeitrag).

2. (4) Absatz 4, Die AMA wird ermächtigt, durch Verordnung hinsichtlich der Entrichtung des Agrarmarketingbeitrags für Wein nähere Bestimmungen festzulegen, insbesondere die Voraussetzungen und näheren Bedingungen, unter denen ein bereits entrichteter Flächenbeitrag auf den Literbeitrag angerechnet werden kann.

Beitragsschuldner

§ 21e (1) Beitragsschuldner ist: Paragraph 21 e, (1) Beitragsschuldner ist:

...

9. Für Wein hinsichtlich des Flächenbeitrags der Bewirtschafter der Weingartenflächen, die je Bewirtschafter ein Gesamtausmaß von 0,5 ha übersteigen, sowie hinsichtlich des Literbeitrags die Winzergenossenschaft oder der Inhaber des Handelsbetriebes, die (der) Wein erstmals in Verkehr bringt.

Beitragserhebung

§ 21i (1) Die Erhebung des Beitrags obliegt der AMA. Paragraph 21 i, (1) Die Erhebung des Beitrags obliegt der AMA.

Finanzierung

§ 21j (1) Der Beitrag ist eine Einnahme der AMA. Die AMA hat aus den Beitragsaufkommen die Kosten, die ihr durch die Beitragserhebung erwachsen sowie die Verwaltungskosten im Zusammenhang mit der Förderung des Agrarmarketings zu bedecken. Paragraph 21 j, (1) Der Beitrag ist eine Einnahme der AMA. Die AMA hat aus den Beitragsaufkommen die Kosten, die ihr durch die Beitragserhebung erwachsen sowie die Verwaltungskosten im Zusammenhang mit der Förderung des Agrarmarketings zu bedecken.

1. (2) Absatz 2, Das restliche Beitragsaufkommen und allfällige Zinsen sind durch die AMA für die in § 21a genannten Zwecke zu verwenden. Das restliche Beitragsaufkommen und allfällige Zinsen sind durch die AMA für die in Paragraph 21 a, genannten Zwecke zu verwenden.

2. (3) Absatz 3, Die restlichen Einnahmen aus dem Beitragsaufkommen bei Weinen sind der österreichischen Weinmarketingservice GesmbH als Finanzierungsanteil des Bundes zur Durchführung von Marketingmaßnahmen im Weinbereich zur Verfügung zu stellen. Soweit diese Einnahmen bei der Österreichischen Weinmarketingservice GesmbH nicht zur Durchführung von Marketingmaßnahmen im Weinbereich verwendet werden oder werden können, gilt Abs. 2. "Die restlichen Einnahmen aus dem Beitragsaufkommen bei Weinen sind der österreichischen Weinmarketingservice GesmbH als Finanzierungsanteil des Bundes zur Durchführung von Marketingmaßnahmen im Weinbereich zur Verfügung zu stellen. Soweit diese Einnahmen bei der Österreichischen Weinmarketingservice GesmbH nicht zur Durchführung von Marketingmaßnahmen im Weinbereich verwendet werden oder werden können, gilt Absatz 2,

§ 3 der Verordnung des Verwaltungsrates der Marktordnungsstelle Agrarmarkt Austria (AMA) über die näheren Bedingungen zur Entrichtung des Agrarmarketing-Beitrages für Wein lautet: Paragraph 3, der Verordnung des Verwaltungsrates der Marktordnungsstelle Agrarmarkt Austria (AMA) über die näheren Bedingungen zur Entrichtung des Agrarmarketing-Beitrages für Wein lautet:

1. "(1) Absatz eins, Um eine doppelte Beitragsbelastung bei Produzentenhändlern auszuschließen, ist die Anrechnung eines bereits entrichteten Flächenbeitrags auf den Literbeitrag des gleichen Kalenderjahres zulässig, wenn:

1. personelle Identität der Beitragsschuldner für den Flächenbeitrag und den Literbeitrag besteht und
2. der Literbeitrag für Wein zu entrichten ist, der von Weingartenflächen stammt, für die bereits der Flächenbeitrag entrichtet wurde.

1. (2) Absatz 2,...

2. (3) Absatz 3, Um eine doppelte Beitragsbelastung der Winzergenossenschaften auszuschließen, ist die Anrechnung eines bereits entrichteten Flächenbeitrags auf den Literbeitrag des gleichen Kalenderjahres zulässig, wenn

1. Genossenschaftler Flächen bewirtschaften, deren Ernte vollständig an die Winzergenossenschaft angeliefert wurde (gezeichnete Flächen zum Stichtag 31.12.) und
2. der Genossenschaftler den Beitrag fristgerecht in der erklärten Höhe entrichtet hat.

1. (4) Absatz 4, Die Höhe der Anrechnung ist auf der Beitragserklärung für den Literbeitrag unter Bezugnahme auf den erklärten Flächenbeitrag auszuweisen.

(5)...

(6)..."

3.1. Die Beschwerdeführerin sieht im angefochtenen Bescheid eine unrichtige Anwendung des einfachen Gesetzes, insbesondere der Bestimmungen des § 21b Z 16 und § 21d Abs. 4 AMA-G, und vertritt dazu die Auffassung, dass der Wille des Gesetzgebers darauf gerichtet sei, dass ein vom Weinhändler zugekaufter Wein nur einmal mit dem Agrarmarketingbeitrag belastet werden dürfe - andernfalls es zu einer Doppelbesteuerung käme. Die einmalige Einhebung eines Agrarmarketingbeitrages auf Wein werde entweder durch die Bewirtschaftung der Weingartenflächen oder durch das Abfüllen fällig. In den Materialien sei auch nicht die Rede davon, dass sowohl Flächenbeitrag als auch Literbeitrag fällig werde, wenn der Händler den Wein bzw. die Trauben zukaufe und in Verkehr bringe. 3.1. Die Beschwerdeführerin sieht im angefochtenen Bescheid eine unrichtige Anwendung des einfachen Gesetzes, insbesondere der Bestimmungen des Paragraph 21 b, Ziffer 16 und Paragraph 21 d, Absatz 4, AMA-G, und vertritt dazu die Auffassung, dass der Wille des Gesetzgebers darauf gerichtet sei, dass ein vom Weinhändler zugekaufter Wein nur einmal mit dem Agrarmarketingbeitrag belastet werden dürfe - andernfalls es zu einer Doppelbesteuerung käme. Die einmalige Einhebung eines Agrarmarketingbeitrages auf Wein werde entweder durch die Bewirtschaftung der Weingartenflächen oder durch das Abfüllen fällig. In den Materialien sei auch nicht die Rede davon, dass sowohl Flächenbeitrag als auch Literbeitrag fällig werde, wenn der Händler den Wein bzw. die Trauben zukaufe und in Verkehr bringe.

Mit dieser Argumentation überzeugt die Beschwerde nicht.

Wie von der Beschwerdeführerin richtig dargelegt, ist der Beitragsgegenstand - im Weinbereich - einerseits die Bewirtschaftung von Weingartenflächen, andererseits das erstmalige Inverkehrbringen von Wein (§ 21c Abs. 1 Z 8 und 9 AMA-Gesetz). Wie von der Beschwerdeführerin richtig dargelegt, ist der Beitragsgegenstand - im

Weinbereich - einerseits die Bewirtschaftung von Weingartenflächen, andererseits das erstmalige Inverkehrbringen von Wein (Paragraph 21 c, Absatz eins, Ziffer 8, und 9 AMA-Gesetz).

§ 21b Z 16 leg. cit. definiert das erstmalige Inverkehrbringen von Wein, wobei tatbestandsmäßig einerseits der Zukauf von Wein andererseits Erzeugung von Wein aus zugekauften Trauben samt Abfüllung dieses zugekauften Weins bzw. dieses aus zugekauften Trauben erzeugten Weines sowie deren Verbringung bzw. Export sind. Paragraph 21 b, Ziffer 16, leg. cit. definiert das erstmalige Inverkehrbringen von Wein, wobei tatbestandsmäßig einerseits der Zukauf von Wein andererseits Erzeugung von Wein aus zugekauften Trauben samt Abfüllung dieses zugekauften Weins bzw. dieses aus zugekauften Trauben erzeugten Weines sowie deren Verbringung bzw. Export sind.

Daraus folgt, dass der Gesetzgeber in der Beitragsvorschrift Differenzierungen dahin gehend vornimmt, ob der Wein aus eigenen Trauben (Eigenwein) hergestellt wird und dabei nur ein Flächenbeitrag fällig wird. Demgegenüber wird bei Zukauf von Wein bzw. Trauben (Fremdwein) und deren Verarbeitung durch Abfüllung hingegen der sogenannte Literbeitrag fällig. Richtig zitiert die Beschwerdeführerin die Gesetzesmaterialien, die genau auf diesen unterschiedlichen Regelungsbedarf hinweisen. Es ergibt sich daraus klar, dass ein Händler lediglich dann von der Leistung eines Literbeitrages befreit ist, wenn er keine Abfüllung (in die in § 21b Z 16 leg. cit. angeführten Behältnisse) vornimmt, weil gerade dieser Umstand die Verpflichtung zur Leistung eines Literbeitrages auslösen würde. Der von der Beschwerdeführerin darin erblickte Wille des Gesetzgebers, "einen" Agrarmarketingbeitrag auf Wein nur einmal einzuheben, ergibt sich somit gerade nicht. Die beiden Arten von Beiträgen entsprechen auch den unterschiedlichen Bewirtschaftungs- und Produktionsformen. Daraus folgt, dass der Gesetzgeber in der Beitragsvorschrift Differenzierungen dahin gehend vornimmt, ob der Wein aus eigenen Trauben (Eigenwein) hergestellt wird und dabei nur ein Flächenbeitrag fällig wird. Demgegenüber wird bei Zukauf von Wein bzw. Trauben (Fremdwein) und deren Verarbeitung durch Abfüllung hingegen der sogenannte Literbeitrag fällig. Richtig zitiert die Beschwerdeführerin die Gesetzesmaterialien, die genau auf diesen unterschiedlichen Regelungsbedarf hinweisen. Es ergibt sich daraus klar, dass ein Händler lediglich dann von der Leistung eines Literbeitrages befreit ist, wenn er keine Abfüllung (in die in Paragraph 21 b, Ziffer 16, leg. cit. angeführten Behältnisse) vornimmt, weil gerade dieser Umstand die Verpflichtung zur Leistung eines Literbeitrages auslösen würde. Der von der Beschwerdeführerin darin erblickte Wille des Gesetzgebers, "einen" Agrarmarketingbeitrag auf Wein nur einmal einzuheben, ergibt sich somit gerade nicht. Die beiden Arten von Beiträgen entsprechen auch den unterschiedlichen Bewirtschaftungs- und Produktionsformen.

3.2. Wenn die Beschwerdeführerin darauf hinaus will, dass der Händler sowohl den Flächenbeitrag als auch den Literbeitrag zahlen müsse, ist diese Darstellung verknüpft und in der Form aus dem Gesetz nicht ableitbar. Wie bereits zuvor dargelegt, ist ein Flächenbeitrag ausschließlich für die Bewirtschaftung von Weingartenflächen vorgesehen. Es mag zwar zutreffen, dass "Weinbauern" ihre Trauben bzw. ihren Wein in entsprechenden Behältnissen verkaufen und in ihrem Verkaufspreis den von ihnen entrichteten Flächenbeitrag damit weiterverrechnen werden. Diese (wirtschaftliche) Belastung wird der Weinhändler in seiner Kalkulation ebenfalls berücksichtigen und seinen Kunden weiterverrechnen. Die differenzierte Vorschrift von Beiträgen ist aus der bereits dargelegten innerstaatlichen Gesetzeslage ableitbar.

Wie die belangte Behörde in ihrer Gegenschrift zutreffend darauf hinweist, hat auch der Verfassungsgerichtshof in seinem Erkenntnis vom 12. Oktober 2007, 968/07 -, zu der dort zu klärenden Frage, ob durch das Abstellen der Bemessungsgrundlage auf das Volumen anstatt auf den Preis des Weines der dortige Beschwerdeführer benachteiligt sei - ausgesprochen, dass die unterschiedliche Behandlung von Produzenten und Händlern nicht den rechtspolitischen Gestaltungsspielraum des Gesetzgebers überschreitet, der damit die unterschiedlichen faktischen Gegebenheiten und die unterschiedlichen Gewinnchancen in Betracht zieht. Somit nimmt bereits der Verfassungsgerichtshof auf die im AMA-G diesbezüglich vorliegende Gemengelage Bezug.

Dem wird auch die von der belangten Behörde herangezogene Verordnung über die näheren Bedingungen zur Entrichtung des Agrarmarketingbeitrags für Wein ("WeinbeitragsVO"), insbesondere dessen § 3, gerecht. Gegenstand dieser Bestimmung ist die Anrechnung eines bereits entrichteten Flächenbeitrags auf den Literbeitrag im Falle von Produzentenhändlern. Diese bewirtschaften einerseits eigene Flächen und kaufen andererseits Fremdwein zu. Um eine Doppelbelastung auszuschließen, kommt es zur Anrechnung, wenn eine personelle Identität der Beitragsschuldner für den Flächen- und Literbeitrag besteht und der Literbeitrag für Wein zu entrichten ist, der von Flächen stammt, für die bereits der Flächenbeitrag entrichtet wurde. Abgesehen davon, dass auch die Beschwerdeführerin für ihren Eigenweinanteil - unstrittigerweise - in den Genuss der Anwendung des § 3 der WeinbeitragsVO kam, hegt auch der

Verwaltungsgerichtshof keine Bedenken in Bezug auf eine Gesetzeswidrigkeit der Verordnung. Dem wird auch die von der belangten Behörde herangezogene Verordnung über die näheren Bedingungen zur Entrichtung des Agrarmarketingbeitrags für Wein ("WeinbeitragsVO"), insbesondere dessen Paragraph 3,, gerecht. Gegenstand dieser Bestimmung ist die Anrechnung eines bereits entrichteten Flächenbeitrags auf den Literbeitrag im Falle von Produzentenhändlern. Diese bewirtschaften einerseits eigene Flächen und kaufen andererseits Fremdwine zu. Um eine Doppelbelastung auszuschließen, kommt es zur Anrechnung, wenn eine personelle Identität der Beitragsschuldner für den Flächen- und Literbeitrag besteht und der Literbeitrag für Wein zu entrichten ist, der von Flächen stammt, für die bereits der Flächenbeitrag entrichtet wurde. Abgesehen davon, dass auch die Beschwerdeführerin für ihren Eigenweinanteil - unstrittigerweise - in den Genuss der Anwendung des Paragraph 3, der WeinbeitragsVO kam, hegt auch der Verwaltungsgerichtshof keine Bedenken in Bezug auf eine Gesetzeswidrigkeit der Verordnung.

4.1. Weiters wird in der Beschwerde der Standpunkt vertreten, der angefochtene Bescheid sei auch deshalb rechtswidrig, weil er gegen unmittelbar anwendbares Unionsrecht, konkret gegen Art. 107 AEUV, verstoße. Bei dem eingehobenen Agrarmarketingbeitrag handle es sich um eine parafiskalische Abgabe, der Abgabenertrag werde ausschließlich für die im AMA-G genannten Zwecke verwendet. Vorliegend gehe es nicht um die Frage des Vorliegens einer Beihilfe durch Begünstigung bestimmter Unternehmen in Form der Verwendung der Abgabe für Marketingmaßnahmen. Vielmehr liege eine unzulässige Beihilfe in der Befreiung bestimmter Unternehmen von einem Marketingbeitrag vor, welcher ansonsten als Pflichtbeitrag von allen Unternehmen einzuheben sei, wenn zugleich die Befreiung anderen im Wettbewerb stehenden Unternehmen nicht gewährt werde. Die asymmetrische Einhebung von untereinander im Wettbewerb stehenden Unternehmen desselben Produktionszweiges resultiere daraus, dass Weinproduzenten gemäß § 21c Abs. 1 Z 9 iVm § 21b Z 16 AMA-G für Wein aus Eigenbau keinen Literbeitrag zu leisten hätten, andererseits daraus, dass die Anrechnung des Flächenbeitrags auf den Literbeitrag lediglich für Produzentenhändler und Winzer-genossenschaften, nicht aber für die anderen Weinhändler möglich sei. Auf Grund der Verminderung des "Zwangsbeitrages", welche den übrigen Weinhändlern nicht gewährt werde, würden diese Unternehmen von der staatlichen Einrichtung AMA mit einem Vorteil bedacht, da sie auf Grund dessen geringere Kosten zu tragen hätten. Demgegenüber stünden aber die Marketingmaßnahmen der AMA, welche allen Unternehmen im jeweiligen Produktionszweig gleichermaßen zugute kämen.

4.1. Weiters wird in der Beschwerde der Standpunkt vertreten, der angefochtene Bescheid sei auch deshalb rechtswidrig, weil er gegen unmittelbar anwendbares Unionsrecht, konkret gegen Artikel 107, AEUV, verstoße. Bei dem eingehobenen Agrarmarketingbeitrag handle es sich um eine parafiskalische Abgabe, der Abgabenertrag werde ausschließlich für die im AMA-G genannten Zwecke verwendet. Vorliegend gehe es nicht um die Frage des Vorliegens einer Beihilfe durch Begünstigung bestimmter Unternehmen in Form der Verwendung der Abgabe für Marketingmaßnahmen. Vielmehr liege eine unzulässige Beihilfe in der Befreiung bestimmter Unternehmen von einem Marketingbeitrag vor, welcher ansonsten als Pflichtbeitrag von allen Unternehmen einzuheben sei, wenn zugleich die Befreiung anderen im Wettbewerb stehenden Unternehmen nicht gewährt werde. Die asymmetrische Einhebung von untereinander im Wettbewerb stehenden Unternehmen desselben Produktionszweiges resultiere daraus, dass Weinproduzenten gemäß Paragraph 21 c, Absatz eins, Ziffer 9, in Verbindung mit Paragraph 21 b, Ziffer 16, AMA-G für Wein aus Eigenbau keinen Literbeitrag zu leisten hätten, andererseits daraus, dass die Anrechnung des Flächenbeitrags auf den Literbeitrag lediglich für Produzentenhändler und Winzer-genossenschaften, nicht aber für die anderen Weinhändler möglich sei. Auf Grund der Verminderung des "Zwangsbeitrages", welche den übrigen Weinhändlern nicht gewährt werde, würden diese Unternehmen von der staatlichen Einrichtung AMA mit einem Vorteil bedacht, da sie auf Grund dessen geringere Kosten zu tragen hätten. Demgegenüber stünden aber die Marketingmaßnahmen der AMA, welche allen Unternehmen im jeweiligen Produktionszweig gleichermaßen zugute kämen.

4.2. Durch Art. 107 AEUV (Art. 87 EG) soll verhindert werden, dass der Handel zwischen Mitgliedsstaaten durch von staatlichen Stellen gewährten Vergünstigungen beeinträchtigt wird, die in verschiedenartiger Weise durch die Bevorzugung bestimmter Unternehmen oder Produktionszweige den Wettbewerb verfälschen oder zu verfälschen drohen. Voraussetzung für die Qualifizierung einer nationalen Maßnahme als staatliche Beihilfe ist die Finanzierung dieser Maßnahmen durch den Staat oder aus staatlichen Mitteln, das Vorliegen eines Vorteils für ein Unternehmen, die Selektivität dieser Maßnahme und die Beeinträchtigung des Handels zwischen Mitgliedsstaaten und eine daraus resultierende Verfälschung des Wettbewerbs (vgl. Urteil des EuGH vom 15. Juni 2006, Rs C-393/04 und C-4105, Air Liquide, Slg. 2006, I-5293, Rn 27f).

4.2. Durch Artikel 107, AEUV (Artikel 87, EG) soll verhindert werden, dass der Handel zwischen Mitgliedsstaaten durch von staatlichen Stellen gewährten Vergünstigungen beeinträchtigt wird, die in

verschiedenartiger Weise durch die Bevorzugung bestimmter Unternehmen oder Produktionszweige den Wettbewerb verfälschen oder zu verfälschen drohen. Voraussetzung für die Qualifizierung einer nationalen Maßnahme als staatliche Beihilfe ist die Finanzierung dieser Maßnahmen durch den Staat oder aus staatlichen Mitteln, das Vorliegen eines Vorteils für ein Unternehmen, die Selektivität dieser Maßnahme und die Beeinträchtigung des Handels zwischen Mitgliedsstaaten und eine daraus resultierende Verfälschung des Wettbewerbs vergleiche , Urteil des EuGH vom 15. Juni 2006, Rs C-393/04 und C-4105, Air Liquide, Slg. 2006, I-5293, Rn 27f).

Der Begriff der Beihilfe umfasst nicht nur positive Leistungen, sondern auch staatliche Maßnahmen, die in verschiedener Form die Belastungen vermindern, die ein Unternehmen regelmäßig zu tragen hat und die somit, obwohl sie keine Subventionen im strengen Sinne des Wortes darstellen, diesen nach Art und Wirkung gleich stehen (vgl. EuGH aaO, Rn 29). Der Begriff der Beihilfe umfasst nicht nur positive Leistungen, sondern auch staatliche Maßnahmen, die in verschiedener Form die Belastungen vermindern, die ein Unternehmen regelmäßig zu tragen hat und die somit, obwohl sie keine Subventionen im strengen Sinne des Wortes darstellen, diesen nach Art und Wirkung gleich stehen vergleiche , EuGH aaO, Rn 29).

Der Gerichtshof der Europäischen Union (EuGH) hat bereits mehrmals ausgesprochen, dass ein Unternehmer in einem seine Abgabenschuld betreffenden Abgabeverfahren nicht erfolgreich geltend machen kann, dass die Befreiung eines anderen Unternehmers (oder dessen niedrigere Besteuerung) eine unionsrechtswidrige Beihilfe sei. Der Schuldner einer Abgabe kann sich also nicht mit der Begründung, die Befreiung (oder niedrigere Besteuerung) anderer Unternehmer stelle eine staatliche Beihilfe dar, der Zahlung der Abgabe entziehen. Ein Abgabenschuldner könnte sich nur dann ausnahmsweise auf der Grundlage des Beihilfenverbotes seiner Zahlungspflicht entziehen, wenn eine Regelung vorliegt, nach welcher der Abgabenertrag unmittelbar einer Verwendung zugeführt werden muss, die ihrerseits die Beihilfemaßnahme darstellt (Urteil des EuGH vom 27. Oktober 2005, C-266/04 bis C-270/04 u.a., Nazairdis SAS u.a., Slg. 2005, I-09481, Rn 42f).

4.3. Wenn die Beschwerdeführerin in diesem Zusammenhang ausführt, dass Gegenstand der Beschwerde nicht die Verwendung der Abgabe sei, sondern die Befreiung bestimmter Unternehmen vom Agrarmarketingbeitrag und somit der vom EuGH geforderte unmittelbare Verwendungszusammenhang in diesem Fall nicht gegen das Vorliegen einer Beihilfe angezogen werden könne, vielmehr der Beitrag und die Beihilfe eine untrennbare einheitliche Abgabenstruktur darstellten und noch enger miteinander zusammenhängen als bisher in den vom Verwaltungsgerichtshof entschiedenen Fällen, ist Folgendes zu antworten:

4.4. In der Rechtssache Nazairdis SAS hat der EuGH Ausführungen zur Frage getroffen, wann ein derartiger Verwendungszusammenhang anzunehmen ist. Er ging davon aus, dass eine Abgabe dann als Bestandteil einer Beihilfenmaßnahme angesehen werden kann, wenn zwischen der Abgabe und der Beihilfe notwendig ein zwingender Verwendungszusammenhang in dem Sinne bestehe, dass das Abgabenaufkommen notwendig für die Finanzierung der Beihilfe verwendet wird.

Der EuGH hat in der Rechtssache Nazairdis SAS weiter festgehalten, dass ein sogenannter Verwendungszusammenhang im Sinne seiner oben zitierten Rechtsprechung nicht schon dann vorliegt, wenn nachweisbar ist, dass eine Maßnahme, die eine staatliche Beihilfe im Sinne des Art. 87 EG darstellt, ausschließlich oder überwiegend aus dem Aufkommen einer bestimmten Abgabe finanziert wird. Der EuGH stellte vielmehr präzisierend darauf ab, ob sich die unionsrechtswidrige Verwendung unmittelbar auf eine nationale Vorschrift, welche die Abgabe regelt, zurückführen lässt oder nicht. Wenn sich die allfällige Unionsrechtswidrigkeit im Hinblick auf das Beihilfenrecht nicht auf die gesetzliche Regelung (im vorliegenden Fall das AMA-G 1992 oder die auf seiner Grundlage erlassenen Verordnungen) zurückführen lasse, liege kein derartiger Verwendungszusammenhang vor (vgl. dazu auch das hg. Erkenntnis vom 20. März 2006, Zl. 2005/17/0230). Der EuGH hat in der Rechtssache Nazairdis SAS weiter festgehalten, dass ein sogenannter Verwendungszusammenhang im Sinne seiner oben zitierten Rechtsprechung nicht schon dann vorliegt, wenn nachweisbar ist, dass eine Maßnahme, die eine staatliche Beihilfe im Sinne des Artikel 87, EG darstellt, ausschließlich oder überwiegend aus dem Aufkommen einer bestimmten Abgabe finanziert wird. Der EuGH stellte vielmehr präzisierend darauf ab, ob sich die unionsrechtswidrige Verwendung unmittelbar auf eine nationale Vorschrift, welche die Abgabe regelt, zurückführen lässt oder nicht. Wenn sich die allfällige Unionsrechtswidrigkeit im Hinblick auf das Beihilfenrecht nicht auf die gesetzliche Regelung (im vorliegenden Fall das AMA-G 1992 oder die auf seiner Grundlage erlassenen Verordnungen) zurückführen lasse, liege kein derartiger Verwendungszusammenhang vor vergleiche , dazu auch das hg. Erkenntnis vom 20. März 2006, Zl. 2005/17/0230).

4.5. Ein solcher Fall, bei welchem das Aufkommen aus der Abgabe notwendig für die Finanzierung der Beihilfe verwendet würde, liegt im gegenständlichen Fall nicht vor. Auch ist kein zwingender Zusammenhang zwischen der Abgabe und einer allfälligen beihilferelevanten Verwendung des Abgabenertrages ersichtlich. Festzuhalten ist darüber hinaus, dass die Beschwerdeführerin auch dazu keine Behauptungen aufstellt, dass das Aufkommen aus der Abgabe notwendig für die Finanzierung der Beihilfe verwendet wird.

4.6. Wenn die Beschwerdeführerin - zur Begründung der Unzulässigkeit der Beihilfe - meint, dass die unionsrechtswidrige Beihilfe unmittelbar auf das AMA-G 1992 bzw. die "Weinbeitragsverordnung" selbst zurückzuführen ist, ist dem entgegenzuhalten, dass es vielmehr darauf ankommt, ob sich - wie bereits ausgeführt -, die unionsrechtswidrige Verwendung der Abgabe unmittelbar auf die nationale Vorschrift zurückführen lässt oder nicht. Eine solcherart allenfalls selektive Mittelverwendung ergibt sich jedoch im Beschwerdefall nicht aus den Vorschriften des AMA-G 1992 oder aus dessen Durchführungsverordnungen.

Gemäß § 21j Abs. 1 AMA-G 1992 ist der Agrarmarketingbeitrag eine Einnahme der AMA, die für die Deckung der Verwaltungskosten, die durch die Beitragserhebung erwachsen, sowie für die in § 21a AMA-Gesetz 1992 genannten Zwecke zu verwenden ist. Gemäß Paragraph 21 j, Absatz eins, AMA-G 1992 ist der Agrarmarketingbeitrag eine Einnahme der AMA, die für die Deckung der Verwaltungskosten, die durch die Beitragserhebung erwachsen, sowie für die in Paragraph 21 a, AMA-Gesetz 1992 genannten Zwecke zu verwenden ist.

Korrespondierend zu der Rechtsprechung des EuGH ist im Zusammenhang mit der Erhebung des Agrarmarketingbeitrages nach den §§ 21a ff AMA-G 1992 kein Verwendungszusammenhang im oben dargestellten Sinn gegeben (vgl. auch das hg. Erkenntnis vom 20. März 2006, Zl. 2005/17/0230). Korrespondierend zu der Rechtsprechung des EuGH ist im Zusammenhang mit der Erhebung des Agrarmarketingbeitrages nach den Paragraphen 21 a, ff AMA-G 1992 kein Verwendungszusammenhang im oben dargestellten Sinn gegeben vergleiche , auch das hg. Erkenntnis vom 20. März 2006, Zl. 2005/17/0230).

Der Vollständigkeit halber ist die Beschwerdeführerin darauf hinzuweisen, dass bei dem von ihr herangezogenen Urteil vom 7. September 2006, Rs C-526/04, Rs Laboratoires Boiron SA, Slg. 2006, I-7529, in dem der Gerichtshof zur Frage der asymmetrischen Heranziehung einer Abgabe ausführlich Stellung nimmt, er auf das Erfordernis des zwingenden Verwendungszusammenhangs zwischen Abgabe und Beihilfe abstellt (Rn 44). Darüber hinaus führt er explizit aus, dass eine Erstattung (Anmerkung: der entrichteten Beiträge) nur gewährt werden kann, wenn nachgewiesen ist, dass die genannten Beiträge, jedenfalls soweit ihre Erstattung gefordert wird, eine Überkompensierung zugunsten der anderen Unternehmer darstellen und diesen damit einen insoweit wirtschaftlichen Vorteil verschaffen, und wenn darüber hinaus auch die übrigen Voraussetzungen erfüllt sind, die nach Art. 87 Abs. 1 EG (nunmehr Art. 107a EUV) gegeben sein müssen, um eine Maßnahme als staatliche Beihilfe einstufen zu können. Zu alldem stellt die Beschwerdeführerin keine Behauptungen auf. Wenngleich der Frage, welche Wettbewerbsbeziehungen als relevant bzw hinreichend eng angesehen werden können, um sie in den Kontext zu asymmetrischer Belastung zu stellen, Bedeutung zu käme (vgl. T. Jaeger, Rechtsfolgen beihilferelevanter Abgabenbefreiungen, wbl 2006, 549 f), war aufgrund fehlender Ausführungen der Beschwerdeführerin zur Wettbewerbsbeziehung zwischen den begünstigten und belasteten Unternehmen eine diesbezügliche Beurteilung nicht möglich. Der Vollständigkeit halber ist die Beschwerdeführerin darauf hinzuweisen, dass bei dem von ihr herangezogenen Urteil vom 7. September 2006, Rs C-526/04, Rs Laboratoires Boiron SA, Slg. 2006, I-7529, in dem der Gerichtshof zur Frage der asymmetrischen Heranziehung einer Abgabe ausführlich Stellung nimmt, er auf das Erfordernis des zwingenden Verwendungszusammenhangs zwischen Abgabe und Beihilfe abstellt (Rn 44). Darüber hinaus führt er explizit aus, dass eine Erstattung (Anmerkung: der entrichteten Beiträge) nur gewährt werden kann, wenn nachgewiesen ist, dass die genannten Beiträge, jedenfalls soweit ihre Erstattung gefordert wird, eine Überkompensierung zugunsten der anderen Unternehmer darstellen und diesen damit einen insoweit wirtschaftlichen Vorteil verschaffen, und wenn darüber hinaus auch die übrigen Voraussetzungen erfüllt sind, die nach Artikel 87, Absatz eins, EG (nunmehr Artikel 107 a, EUV) gegeben sein müssen, um eine Maßnahme als staatliche Beihilfe einstufen zu können. Zu alldem stellt die Beschwerdeführerin keine Behauptungen auf. Wenngleich der Frage, welche Wettbewerbsbeziehungen als relevant bzw hinreichend eng angesehen werden können, um sie in den Kontext zu asymmetrischer Belastung zu stellen, Bedeutung zu käme vergleiche , T. Jaeger, Rechtsfolgen beihilferelevanter Abgabenbefreiungen, wbl 2006, 549 f), war aufgrund fehlender Ausführungen der Beschwerdeführerin zur Wettbewerbsbeziehung zwischen den begünstigten und belasteten Unternehmen eine diesbezügliche Beurteilung nicht möglich.

Schon aus diesem Grunde war die Frage, ob die von der belangten Behörde herangezogenen innerstaatlichen Bestimmungen gegen unmittelbar anwendbares Unionsrecht verstößt, nicht zu klären.

Eine Rechtswidrigkeit des Inhalts des angefochtenen Bescheides wurde somit nicht aufgezeigt. Die Beschwerdeführerin bringt überdies in der Beschwerde keinen Sachverhalt vor, mit dem eine Rechtswidrigkeit des angefochtenen Bescheides wegen Verletzung von Verfahrensvorschriften dargetan wird.

5. Der Anregung der Beschwerdeführerin auf Durchführung eines Vorabentscheidungsverfahrens war schon deshalb nicht zu entsprechen, weil aufgrund des in den wesentlichen Punkten unzureichenden Tatsachenvorbringens die hier allenfalls relevanten Rechtsfragen an den EuGH nicht herangetragen werden könnten.

6.1. Aus dem Vorstehenden ergibt sich zusammengefasst daher, dass die Beschwerde gemäß § 42 Abs. 1 VwGG als unbegründet abzuweisen war. 6.1. Aus dem Vorstehenden ergibt sich zusammengefasst daher, dass die Beschwerde gemäß Paragraph 42, Absatz eins, VwGG als unbegründet abzuweisen war.

6.2. Die Kostenentscheidung gründet sich auf die §§ 47 ff VwGG iVm der Verordnung BGBl. II Nr. 455/2008. 6.2. Die Kostenentscheidung gründet sich auf die Paragraphen 47, ff VwGG in Verbindung mit der Verordnung Bundesgesetzblatt Teil 2, Nr. 455 aus 2008,.

Wien, am 14. November 2013

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:VWGH:2013:2013170029.X00

Im RIS seit

19.12.2013

Zuletzt aktualisiert am

04.04.2014

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

© 2026 JUSLINE

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

www.jusline.at