



---

## **Baustellen in der Direktvermarktung**

**Forderungen des Präsidiums des Bayerischen Bauernverbandes in enger Abstimmung mit den Bayerischen Bauernmärkten und Einkaufen auf dem Bauernhof Bayern zu praxistauglichen Regeln bei der Direktvermarktung.**

---

München, 19. Oktober 2020

Die Direktvermarktung von landwirtschaftlichen Produkten ist für viele Betriebe ein wichtiges Standbein im Betriebseinkommen und zählt zu den klassischen Betriebsbildern in Bayern. Die Herkunft von Lebensmitteln ist ein wichtiges Kaufkriterium beim Verbraucher. Besonders in Zeiten der Verunsicherung, wie es 2020 durch die anhaltende Corona Pandemie der Fall ist, orientieren sich die Verbraucher vermehrt nach Lebensmitteln aus der Heimat und suchen Kontakt zum Erzeuger. Dieser Wunsch wird von der Gesellschaft und der Politik propagiert und schafft für landwirtschaftlichen Direktvermarkter Wertschöpfung im ländlichen Raum.

Jedoch kommen die zahlreichen Familienbetriebe an Ihre Grenzen, wenn es um rechtliche Rahmenbedingungen geht, die vielfach für Großunternehmen ausgelegt sind. Pragmatische Lösungen sind hier notwendig:

### **1. Mindestlohn, Arbeitszeitgesetz**

- Die Einführung des Mindestlohns stellt die gesamte Landwirtschaft vor enorme Herausforderungen.
- Die Höhe des aktuellen Mindestlohnes für qualifiziertes regulär angestelltes Personal ist für direktvermarktende Betriebe leistbar, da das Lohnniveau in der Regel über diesem Level liegt.
- Zum Tragen kommt der Mindestlohn beim Einsatz von Saisonarbeitskräften. Bei arbeitsintensiven Verfahren haben Lohnkosten einen erheblichen Anteil an den Produktionskosten. Der Mehraufwand lässt sich nicht immer beim Kunden durchsetzen.
- Probleme und Aufwand bedeuten die umfangreichen Dokumentationspflichten im Zusammenhang mit dem Mindestlohn.
- Große Teile der landwirtschaftlichen Produktion finden unter freiem Himmel unter Einfluss des Wetters statt. Viele Kulturen haben enge Erntezeitfenster. Erntearbeiten in den kühleren Morgen- oder Abendstunden sind für das Personal angenehmer, stoßen aber an die Grenzen des Arbeitszeitgesetzes.
- Diese strengen Vorgaben an Arbeits- und Pausenzeiten und der damit verbundene Schichtbetrieb stellen weder das Interesse von Arbeitgebern noch -nehmern dar.

#### **Forderungen:**

- **Bürokratieabbau bei den Dokumentationen zum Mindestlohn**
- **Flexiblere Zeitmodelle im Arbeitszeitgesetz**

## 2. Lebensmittelinformationsverordnung,

### Lebensmittelkennzeichnung – Nährwertkennzeichnung

- Direktvermarkter sind innovativ und experimentierfreudig. Nur so gelingt die Abgrenzung von der breiten Masse.
- Kleine Mengen und ein begrenzter Kundenkreis sind die Herausforderung am Anfang jedes Produktes und Vermarktungsweges. Bei innovativen Produkten ist es zum Beispiel für den Kunden irrelevant, ob es sich um Marmelade oder Konfitüre handelt.
- Direktvermarkter stellen ihre Produkte handwerklich oder traditionell her. Diese Lebensmittel sind nicht homogen oder standardisiert. Damit wird ein Verbraucherwunsch erfüllt, macht aber die Nährwertangaben schwierig (z.B. QUID Angaben).
- Bei vorverpackten Lebensmitteln begrenzen sich die Ausnahmen im Hinblick auf die Nährwertangaben auf den lokalen Vertrieb. Damit greifen diese nicht immer für Vermarktungswege wie der Online-Vermarktung, den Versand oder die Vermarktung über Einzelhändler,

#### Forderung:

- **Einfache Vorgaben in der Lebensmittelkennzeichnung, die Verbraucherschutz und Erfüllbarkeit bei der Direktvermarktung Rechnung tragen**
- **Pragmatische Umsetzung und Ausnahmen für Direktvermarkter schaffen**
- **Bei vorverpackten Lebensmitteln von Direktvermarktern den lokalen Bezug ausweiten**
- **Ermöglichung von Kleinstchargen, ohne dass diese an Kennzeichnungshürden scheitern**

## 3. Dokumentationspflichten Hygiene

- Die Einhaltung der Hygienevorgaben ist das oberste Gebot.
- Um diese Aufgabe im Bereich Direktvermarktung zu erfüllen, wird auf Eigeninitiative im bundesweiten Austausch die „Hygieneleitlinie für Direktvermarkter“ erarbeitet und auf dem aktuellen Stand gehalten. Diese Hilfestellung ist kostenlos für alle im Internet abrufbar. Die Leitlinie wurde im Juni 2020 von der Bundesregierung der EU Kommission zum Eintrag in das Verwaltungsnetzwerk übermittelt.
- Verstöße gegen die Hygienevorgaben sind kein Kavaliersdelikt und müssen aufgedeckt und behoben werden. Dennoch sind die meisten Beanstandungen bei Direktvermarktern nicht bei der Hygiene, sondern lediglich bei der Dokumentation zu finden. Hier muss die örtliche Behörde mit Augenmaß vorgehen.
- Kampagnengetriebene Internetpranger (z.B. „Topf Secret“) helfen weder Verbrauchern noch den Betrieben. Sachliche Aufklärung für beide Seiten führt zum Ziel.

#### Forderung:

- **Keine Dokumentation um des Dokumentationswillens! Mehr vernetzte Dokumentation um Mehrfachaufzeichnungen und Prüfungen zu vermeiden.**
- **Anforderungen an Räumlichkeiten am Hygienierisiko festmachen**
- **Praxisnähere Hilfestellung für Überwachungsbehörden zur Verfügung stellen**
- **Verbesserung der Kommunikation zwischen Landratsämtern und dem Bayerischen Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten**

## 4. Schlachtordnung

- Die Vermarktung von Fleisch- und Wurstspezialitäten stellt eine hohe Ausbaustufe in der Direktvermarktung dar.
- Kurze Transportwege oder auch Spezialitäten lassen sich als durchschlagendes Verkaufsargument positionieren und schaffen damit höhere Wertschöpfung.
- Die Erzeugung lokaler Spezialitäten mit kurzen Transportwegen als Alleinstellungsmerkmal ist von einer lokalen Infrastruktur abhängig. Dies ist jedoch gefährdet durch:
  - Sinkende Anzahl EU zugelassener Schlachtmöglichkeiten mit der Folge längere Wege

- Hohe Investitionskosten für Schlachtstätte
- Mangel an Fleischbeschauern und hohe Stückkosten
- Schlachtkörperhygiene bei Stroh- oder Weidehaltung
- Sachkundenachweis je Tierart trotz geringen Schlachtzahlen
- Zulassungsbedarf mobiler Schlachtmöglichkeiten
- Lebendbeschau durch Veterinär oder amtlichen Vertreter

**Forderung:**

- **Ausbau der Förderung bei Diversifizierung in Richtung Direktvermarktung**
- **Förderung von Lohnschlacht- und Lohnverarbeitungskapazitäten**
- **Anpassung bei der Fleischbeschau, z.B. private Dienstleister oder Lebendbeschau über Metzger zulassen**
- **Schlachthausanforderungen für Direktvermarkter auslegen**
- **Unterstützung der Betriebe bei Antrag für Ausnahmegewilligung gemäß §7 der Handwerksordnung (Ausübungsberechtigung)**
- **Unterstützung beim Erhalt oder der Schaffung dezentraler Schlachtmöglichkeiten**
- **Umsetzung der EU Hygiene-Vorgaben für kleine Strukturen mit Augenmaß**

## 5. Kassenführung

- Die Bandbreite in der Direktvermarktung und damit auch der Umsatz reicht je nach Ausbaustufe von klein bis groß.
- Es sind ganz einfache (offen) bis elektronische Kassensysteme im Einsatz.
- Dokumentations- und Prüfsysteme übersteigen oft den aus dem Umsatz erwirtschafteten Gewinn.

**Forderung:**

- **Für Direktvermarkter machbarer Umgang mit der Kassennachschau**
- **Zulassung einfacher Buchführungssysteme ohne große Verfahrensdokumentation**
- **weiterhin Zulassung offener Kassenführung**
- **Verpflichtende „technische Sicherungseinrichtung“ (TSE) erst ab gewissem Umsatz mit Regelung über Allgemeinverfügung und nicht Einzelantrag**
- **Zurücknahme der Kassenbon-Pflicht für Kleineinkäufe vor allem bei Nahrungsmittel**
- **Ermöglichung von Artikelgruppen in der Programmierung**
- **Klarstellung zur möglichen offener Ladenkasse im kleinen Gastrobereich (Almen, etc.)**

## 6. Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)

- Die Auswirkungen der DSGVO greift bei den Direktvermarktern analog aller die mit Daten arbeiten,
- Bei Vermarktungs- oder Marketingaktivitäten inkl. Versand müssen die Vorgaben für den Umgang mit Daten berücksichtigt werden. Diese können kleinere Betriebe schnell überfordern: In der Folge passieren Fehler oder notwendiges Marketing wird lieber nicht angepackt,

**Forderung:**

- **Bei zukünftigen Anpassungen müssen auch kleinere Gruppierungen sich besser in die Gesetzgebung einbringen können**
- **Vereinfachte Verfahren über Informations- und Verfahrensweise für kleine Betriebe ist notwendig**
- **Abmahnkanzleien, die sich auf Leichtsinnsfehler in Homepage und Co. spezialisiert haben, muss ein Riegel vorgeschoben werden**

## 7. Verpackungsgesetz

- Das Verpackungsgesetz soll gewährleisten, dass Inverkehrbringer von Verpackungen an den Endverbraucher die Entsorgung tragen, und der damit verbundene Marktanreiz Verpackungsmüll reduziert und in Richtung umweltfreundliche Verpackungen lenkt.
- Das Verpackungsgesetz schreibt eine Registrierungs- und Lizenzierungspflicht für alle Betriebe vor, die Verpackungen in den Verkehr bringen. Mittels Registrierung bei der „zentralen Stelle“ und einer „online Veröffentlichung“ hat der Verbraucher ein Kontrollinstrument, ob sich der Partner an der Müllentsorgung beteiligt.
- Die praktische Umsetzung stellt landwirtschaftliche Direktvermarkter vor Herausforderungen und spezielle Probleme:
  - Registrierungspflicht: Der formale Ablauf sieht für die Registrierung den Vertragsabschluss mit einem Entsorger vor (Lizenzierung). Wird nach Vertragsabschluss die Registrierung vergessen, besteht ein Verstoß oder Abmahngrund.
  - Lizenzierungspflicht:
    - Viele kleine Direktvermarkter bleiben bei „Mindestmengen“ hängen. Folge: Lizenzierungskosten sind sehr hoch.
    - Eine erhebliche Erleichterung stellt die Kategorie Serviceverpackungen dar, da diese über die Bezugsquelle vorlizenzieren werden können, und der Inverkehrbringer keinen eigenen Vertrag mit Entsorger braucht. Der Begriff der Serviceverpackung ist jedoch sehr eng gefasst, mit „Schnitt am Hoftor“.

### Forderung:

- **Ausnahmen für Kleinmengen**
- **Ausweitung des Begriffs der Serviceverpackungen und somit Ausweitung der Vorlizenzierung**
- **Duale Systeme (Lizenzierung) übernehmen Registrierung bei Zentraler Stelle**
- **Datenabgleich zwischen Dualen System und Zentraler Stelle für Registrierungsvorgang**

## 8. Steuerliche Probleme

Bei Überschreiten der 1. Verarbeitungsstufe mit einem Umsatz durch diese Produkte von 51.500 Euro oder einem Drittel des Gesamtumsatzes des Betriebes fallen diese Einnahmen in die Gewerblichkeit bzw. besteht in extremen Fällen die Gefahr, dass der gesamte Betrieb in die steuerliche Gewerblichkeit fällt. Dies kann zu Mehraufwand führen

- durchzusätzliche steuerliche Gewinnermittlung,
- erhöhte Steuerberatungskosten sowie
- höheren Verwaltungsaufwand.

### Forderung:

- **Den Begriff der gewerblichen Einstufung weiter fassen um kein Gewerbe entstehen zu lassen**
- **Grenze von 51.500 Euro anheben – wurde lange Zeit nicht angehoben, was allein als Inflationsbereinigung notwendig ist**

## 9. **Betriebshelfer wird nur für landwirtschaftlichen Hauptbetrieb bewilligt**

- Ein landwirtschaftlicher Betrieb mit Direktvermarktung im Nebenerwerb bekommt einen Betriebshelfer nur für den Haupterwerb (Landwirtschaft) bewilligt. Wenn die Frau des Betriebsleiters erkrankt, die den Hofladen im Nebenerwerb führt, ist es nicht möglich, einen Betriebshelfer für den Hofladen bewilligt zu bekommen.

### **Forderung:**

- **Betriebshelfer auch für Nebenerwerb wie Direktvermarktung gewähren**
- **Bundeszuschuss Betriebshilfe für Nebenunternehmen einführen**