

Lebensmittelüberwachung aus Sicht der Direktvermarktung

Bestandsaufnahme
und Wünsche



Referent: Ernst Schuster

Vorsitzender des Vereins „Nordbauern Schleswig-Holstein e.V.“



OBSTQUELLE in Schwentimental

- Obsterzeugung auf 7 ha und Obstverarbeitung
- Direktvermarktung in dritter Generation



Wirtschaftlicher Rahmen:

- Obstproduktion
- Hofladenverkauf
- Lieferservice für Handel und Gastronomie
- Lohnmosterei
- Gartenbauliche Dienstleistungen

Die Nordbauern Schleswig-Holstein e.V. gegründet 2013

Mitglieder: Kleinstbetriebe nach KMU (Umsatz bzw. Bilanzsumme bis 2 Millionen €, bis 9 Vollzeitmitarbeiter)

- Ziele:
- Interessenvertretung
 - Förderung der Vermarktung und gemeinsame Werbung
 - Optimierung des Warentransportes



Begriffsbestimmung „Direktvermarktung“

❖ traditionelle Interpretation

Abgabe landwirtschaftlicher Produkte unmittelbar an Verbraucher/innen:



Aus: „Rechtliche Absicherung in der Direktvermarktung, Haftung und Risiken“ Constanze Nehls, Rechtsanwalts GmbH Berlin (04.07.2019)
Aus: „Rechtliche Absicherung in der Direktvermarktung, Haftung und Risiken“ Constanze Nehls, Rechtsanwalts GmbH Berlin (04.07.2019)

Die Interpretation berücksichtigt die Tierhaltung nur sehr bedingt.

Begriffsbestimmung „Direktvermarktung“

❖ reale Situation und Einflussfaktoren

- moderne Arbeits- und Lebensbedingungen führen zu einer starken Veränderung des Konsum- und Einkaufsverhaltens.
- Trends wie „Regionalität“ bewirken Interesse seitens des LEH und der Gastronomie an Waren mit lokalem Authentizitätscharakter.
- Rückläufige Umsätze in der direkten Abgabe von bäuerlichen Waren zwingen kleine Betriebe zu alternativen Angeboten .
- Verbraucher/innen erwarten den Hofladen immer stärker als Erlebnisangebot mit breitem Produktpalette.
- Direktvermarktung in Verbindung mit der Entwicklung des Landtourismus bewirken Ansätze wie „Hofcafés“, „Urlaub auf dem Bauernhof“ und andere.

Begriffsbestimmung „Direktvermarktung“

❖ reale Situation und Einflussfaktoren

betriebliche Realität moderner Direktvermarkter

- Landwirtschaftlicher Betrieb mit Produktion und Direktvermarktung (Feldverkauf oder Hofladen)
- Landwirtschaftlicher Betrieb mit Verarbeitung und Direktvermarktung (Hofladen / Verkaufsautomaten)
- Landwirtschaftlicher Betrieb mit Verarbeitung, Direktvermarktung und Handelsbelieferung (Hofladen / Automaten / Handel / **online**)
- Lebensmittel verarbeitender Kleinbetrieb mit Vermarktung an Endverbraucher (Laden / Automaten / **online**)

KMU-Schwellenwerte der EU seit 01.01.2005

| Unternehmensgröße | Zahl der Beschäftigten | und Umsatz €/Jahr | Bilanzsumme oder €/Jahr |
|-------------------|------------------------|-------------------|-------------------------|
| kleinst | bis 9 | bis 2 Millionen | bis 2 Millionen |

rechtlicher Rahmen „Direktvermarktung“

❖ reale Situation und Einflussfaktoren

Direktvermarkter bewegen sich in unterschiedlichen Aktions- und Rechtsräumen



jeder dieser drei Bereiche ist mit spezifischen Anforderungen verbunden

Beginn der Auseinandersetzung mit Themen der Lebensmittelsicherheit für Direktvermarkter:

Im Bereich der pflanzlichen Produktion:

- Einsatz von Pflanzenschutzmitteln (Rückstände / Höchstmengenverordnung)

Im Bereich der Fleischerzeugung:

- Einsatz von Pharmazeutika (Antibiotika und andere)
- Tierwohlvorgaben

Im Bereich der Fischwirtschaft:

- diverse Rückstände in Oberflächengewässern

Im Bereich der Imkerei:

- Rückstände von Pflanzenschutzmitteln
- Jacobskreuzkrautproblematik

Auseinandersetzung mit Themen der Lebensmittelsicherheit für Direktvermarkter im Bereich der Verarbeitung:

- In allen Bereichen und Stufen der Verarbeitung gelten die Vorgaben der LMIV vollumfänglich auch für kleine Produktionsmengen. Eigenkontrollen (Laboreinrichtung) sind schwierig, Auftragsvergaben (Fremdlabor) kostenträchtig.
- Für Handelsaktivitäten innerhalb eines Umkreises von 50 km gelten Ausnahmeregeln z.B.
 - die Nährwerttabelle kann bei gemischten Zubereitungen (Restmengenverarbeitung) entfallen.
 - bei Fleischwaren ist dann keine zusätzliche EU Handelszulassung erforderlich.
- Online Vermarktungswege gelten als Fernvermarktung. Jede Art des digital gestützten Handels speziell mit regionalen Spezialitäten aus Kleinmengenverarbeitung ist problematisch.
- Betriebe stehen unter der direkten Aufsicht und Kontrolle der zuständigen Kreisbehörden flexible und situationsbedingte Kontrollen ermöglichen hohe Lebensmittelsicherheit.
- Unterschiedliche Auslegungen der Rechtsvorschriften können zu Ungleichbehandlungen führen - Beispiel die kontroverse Diskussion um den Weideschuss.

Auseinandersetzung mit Themen der Lebensmittelsicherheit für Direktvermarkter im Bereich Handel und Transport:

- In allen Bereichen und Stufen des Handels und Warentransportes gelten die Vorgaben der LMIV.
- Besondere Herausforderungen entstehen bei Füllmengenangaben und Kontrollen im Bereich der Herstellung von Fertigpackungen. Gesetzlich vorgegebene Kontroll- und Dokumentationspflichten sind aufwändig und kostenintensiv.
- Ausnahmegenehmigungen sind nur auf Antrag möglich.
- Beim Warentransport kleiner Mengen sind Ausnahmegenehmigungen durch die Kreisbehörden möglich, diese sind grundsätzlich nicht übertragbar.

Welche Rolle spielen direkt vermarktende Betriebe in der Lebensmittelwirtschaft und Gesellschaft?



Werbeträger für landestypischen Besonderheiten auf Märkten



Lebensmittelversorger im ländlichen Raum



Werbeträger für Landwirtschaft und Lebensmittel Wirtschaft
Imagepartner für politische Akteure



Bildungsakteure in Schulen und der Erwachsenenbildung



Sicherung von Wertschöpfungsketten



Direkter Verbraucherkontakt



Wünsche der Direktvermarkter von Lebensmittel

- **Einrichtung einer Schlichtungsstelle zur Beratung kleiner Betriebe und Vermittlung zwischen Betrieben und Behörden vor Inanspruchnahme von Rechtsmitteln.**
Eingerichtet werden kann eine solche Stelle z.B. in einer Abteilung für landwirtschaftliche Beratung der LW Kammern
(in Schleswig-Holstein ist in diesem Zusammenhang eine halbe bzw. volle Beraterstelle zu finanzieren)
- **Erweiterung der Ausnahmen im Rahmen der 50 km Regel für kleine Mengen bzw. Kleinstbetriebe nach KMU auch bei der Onlinevermarktung.**
- **Flexibilisierung von Ausnahmegenehmigungen auch kreisübergreifend.**

Fazit:

Aus Sicht direkt vermarktender Betriebe ist die Sicherheit unserer Lebensmittel durch die amtlichen Kontrollen hinreichend gewährleistet. Schon die gesetzlich vorgegebenen Rahmenbedingungen stellen für kleine Betriebe eine hohe Herausforderung bezüglich der persönlichen und finanziellen Belastungen dar. Jegliche außerhalb dieser bestehenden Vorgaben geforderten Sicherungssysteme bedingen Kostensteigerungen die den betrieblichen Ertrag einschränken oder Preissteigerungen für Kunden nach sich ziehen.

Vielen Dank für Ihr Interesse

