

## Forderungskatalog der Direktvermarktung 2023

Die Fördergemeinschaft „Einkaufen auf dem Bauernhof“ fordert die politischen VertreterInnen dazu auf, sich für die Direktvermarktung und die direktvermarktenden landwirtschaftlichen Betriebe einzusetzen. Hierzu müssen folgende Themen in den politischen Diskurs eingebracht werden.

### 1. **Sicherstellung der Chancengleichheit:**

Landwirte und Landwirtinnen in ganz Deutschland benötigen die gleichen Chancen, ihre Produkte regional und direkt zu vermarkten. Häufig führt die unterschiedliche Auslegung von Gesetzestexten, durch die zuständigen Behörden, zu abweichenden Ergebnissen. Dies ist auch bei vergleichbaren Sachverhalten der Fall und führt zu vermeidbaren Schwierigkeiten und Benachteiligungen der betroffenen direktvermarktenden Betriebe. Die Schaffung von Schlichtungsstellen für Lebensmittelrecht könnte diese Wettbewerbsverzerrungen minimieren und somit zur Chancengleichheit beitragen. Eine solche Schlichtungsstelle könnte im Falle einer Ungleichbehandlung als Vermittlungsmöglichkeit vor der Nutzung von Rechtsmitteln in Anspruch genommen werden.

Als Beispiele für eine solche Einrichtung finden sich im allgemeinen Recht sowie dem Sozialrecht (z. B. Gleichstellungsbeauftragte). Hier wäre auch ein Zusammenschluss mit dem Lebensmittelhandwerk denkbar. Da nicht alle betroffenen Mitglied in einem Verband vertreten sind, ist die Einrichtung einer Schlichtungsstelle innerhalb der Verbände nicht möglich. Auch über die Landwirtschaftskammern ist eine flächendeckende Umsetzung schwer umsetzbar, da diese Strukturen im Süden und Osten Deutschlands nicht vorhanden sind. In Bayern wurde beispielsweise zum 1. Oktober 2022 eine neue Stelle in der Geschäftsstelle des Beauftragten für Bürokratieabbau geschaffen. Diese Stelle sollte dauerhaft etabliert werden und könnte als Vorbild einer bundesweiten Initiative gesehen werden.

**→ Hier ist die Politik gefordert, eine flächendeckende Lösung zur Sicherstellung der Gleichbehandlung zu entwickeln und zu etablieren.**

## 2. Minderung bürokratischer Hürden:

Landwirtschaftliche Direktvermarktungsprodukte erfreuen sich großer Beliebtheit, insbesondere seit der Corona-Pandemie. Dabei wächst das Interesse der Konsumenten, am direkten Kontakt mit den Landwirtinnen und Landwirten aus der Region.

**→ Um die Preise für regional vermarktete Produkte nicht in die Höhe zu treiben, muss die Entbürokratisierung im Bereich Hofläden und Direktvermarktung unbedingt vorangetrieben werden.**

### - **Steuer- und Gewerberecht:**

Das Anbieten eines breiten, auf regionalen Kooperationen beruhenden Produktportfolios wird durch Hürden des Steuer- und Gewerberechts erschwert. Das Stärken von nachhaltigen, regionalen Wertschöpfungsketten sollte durch Anpassungen des Steuer- und Gewerberechts vorangetrieben werden. Das auf Kooperationen beruhende Ver-kaufen von landwirtschaftlichen Produkten (z. B. das Bestücken eines gemeinsamen Verkaufsautomaten) bzw. der Austausch von Waren zwischen direktvermarktenden Betrieben mit vorgeschalteter landwirtschaftlicher Urproduktion muss dringend ent-bürokratisiert werden.

**→ Wir bitten darum, diese rechtlichen Strukturen auf Ihre Notwendigkeit im Kontext der Stärkung von regionalen Wertschöpfungsketten zu überprüfen.**

### - **Nährwertkennzeichnung:**

Das Kennzeichnen der Nährwerte stellt für die direktvermarktenden Betriebe eine enorme Hürde da. Zum einen sind Etiketten oft vorgedruckt, hier entstehen ggf. Kos-ten und Abfall, der vermieden werden kann. Zudem verarbeiten die Betriebe u. a. „Reste“ von Obst und Gemüse zu Suppen und Eintöpfen oder ändern je nach Verfüg-barkeit und Kundenwunsch die Rezepturen. Hier müssen Nährwerte bei jedem Her-stellungsvorgang neu berechnet werden. Da die Berechnung arbeits- und kosteninten-siv ist, wird ggf. auf die „Resteverwertung“ verzichtet. Dies kann nicht im Sinne der Be-kämpfung der Lebensmittelverschwendung liegen.

Ähnliches gilt für den Vertrieb von speziellen Schweinerassen oder verschiedenen Milchprodukten, deren Nährwerte sich nicht aus der Nährwertberechnung via Bundeslebensmittelschlüssel ableiten lassen.

→ **Wir fordern das Aussetzen der Nährwertkennzeichnung für direktvermarktende Betriebe mit vorgeschalteter Urproduktion und einem jährlichen Umsatz von weniger als 600.000 Euro.** Beispiel Österreich: Hier sind direktvermarktende Betriebe auf allen Betriebswegen von der Nährwertkennzeichnung ausgenommen.

- **Verpackungsverordnung:**

Die Meldepflicht stellt eine zu vermeidende bürokratische Belastung für unsere direktvermarktenden Betriebe dar, zudem sind vorlizenzierte Verpackungen teilweise nicht verfügbar.

→ **Wir fordern, die direktvermarktenden Betriebe mit einem jährlichen Umsatz unter 600.000 Euro von der Registrierungspflicht auszunehmen. Zusätzlich sollte die Lizenzierung ausschließlich durch die Verpackungsherstellenden getragen werden.**

- **Bonpflicht bei Milchautomaten:**

Ab dem 01.01.2023 gilt für Milchautomaten die gesetzliche Pflicht, sowohl mit einem Belegdrucker ausgerüstet zu sein, als auch eine Metrologiekennzeichnung vorzuweisen. Grundlage für die anstehenden Veränderungen bildet das seit dem 01.01.2015 gültige Mess- und Eichgesetz (MessEG) sowie die dazugehörige Mess- und Eichverordnung (MessEV), für deren Umsetzung 2017 eine 5-jährige Übergangsfrist für diejenigen Milchautomaten eingeführt wurde, die bis zum 31.12.2017 in Betrieb genommen wurden. Das Ende dieser Übergangsfrist bedeutet nun für viele Betriebe, die in kleinerem Umfang Milch vermarkten, das Aus für diese nachhaltige Erwerbsskombination. Die Nachrüstung vieler bestehender Automaten lohnt sich gerade für die kleineren Betriebe nicht. Darüber hinaus sind viele Milchautomaten, die einwandfrei funktionieren, nicht mit einem Bondrucker nachrüstbar und müssen stillgelegt werden. Dies ist – auch aus Sicht der Nachhaltigkeit – ein nicht hinzunehmender Umstand.

→ **Wir fordern deshalb, dass die die Bonpflicht nur für neu angeschaffte Automaten gelten soll. Alle bereits im Betrieb befindlichen Milchautomaten sollen einen Bestandsschutz erhalten und auf eine Nachrüstungspflicht verzichtet werden. Auf diese**

**Weise können zusätzliche finanzielle Belastungen, die zu keinen Mehreinnahmen führen, vermieden werden.**

- 3. Schaffen eines steuerlichen Inflationsausgleichs:** Der Begriff der gewerblichen Einstufung muss weiter gefasst werden, um keinen zweiten Buchführungszug entstehen zu lassen (z. B. das Erstellen von zwei Jahresberichten).  
→ **Wir fordern die dringende Anhebung der bestehenden Grenze von 51.500 Euro. Es sollte mindestens eine Verdopplung angestrebt werden.**
- 4. Mehr Regionalität im Schul- und Arbeitsalltag: Die regionale Herkunft der Lebensmittel muss Bestandteil bei der Vergabe von Schul- und öffentlichen Kantinen werden.** Derzeit ist hier keine regionale Versorgung sichergestellt, oft entscheidet nur der Preis, was bei klammen Kassen gern angenommen wird. Kantinenbetreiber müssen für regionale Produkte sensibilisiert werden. Mehr echte Regionalität und nach Möglichkeit Direktbezug vom Landwirt müssen das Ziel sein.

Im Kontext der Stärkung von regionalen Strukturen müssen kurze Transportwege unbedingt bevorzugt behandelt werden. Dies ist sowohl aus klimatechnischer als auch aus regionaler Sicht zielführend.

- 5. Förderung der Digitalisierung:** Die Digitalisierung spielt insbesondere für die direktvermarktenden Betriebe eine entscheidende Rolle. Sowohl das Zahlen mit Kartenbezahlsystemen, Handy und Co als auch das Verkaufen via digitaler Anwendungen sind für die erfolgreiche und zukunftsgerichtete Vermarktung der Produkte essentiell.
  - **Vorantreiben der Netzabdeckung:** Eine leistungsstarke und flächendeckende Netzabdeckung im ländlichen Raum ist bei weitem noch nicht erreicht. Die Konsumenten möchten jedoch sowohl im Hofladen als auch auf Wochenmärkten digital bezahlen, weswegen das Nutzen von Kartenbezahlsystemen sichergestellt sein muss. Dies ist nur durch ein Vorantreiben der Netzabdeckung möglich. In diesem Zusammenhang werden die Kommunen aufgefordert, das Recht auf schnelles Internet einzufordern. Dieses Recht kann eingeklagt werden. Hierzu sollten sich Kommunen besser informieren und auch besser informiert werden.

- **Förderung interner digitaler Infrastruktur:** Die bestehenden allgemeinen Fördermöglichkeiten müssen um die Förderung von Applikationen und Warenwirtschaftssystemen, in welchen Warenströmen verwaltet werden, erweitert werden. Zudem sollte besser über bereits bestehende, geförderte Programme und Initiativen informiert werden.