

Vereinigung der Direktvermarkter Rheinland-Pfalz

Definition: Landwirtschaftliche Direktvermarktung

Vorwort

Die Definition "Landwirtschaftliche Direktvermarktung" ist in ihrem Wesen eine Prozessbeschreibung des Vorgangs der Direktvermarktung. Sie beinhaltet keine Aussage zu den Verfahren der Produktherstellung und der Produktqualität.

Landwirtschaftliche Direktvermarktung im Sinne dieser Definition ist die direkte und transparente Verbindung von Urproduktion, Be- und Verarbeitung sowie Vermarktung von Lebensmitteln, die in ihrer Ursprünglichkeit auf einen landwirtschaftlichen Betrieb zurückzuführen sind.

Definition

Landwirtschaftlicher Betrieb ist, wer als Unternehmer ein auf Bodenbewirtschaftung beruhendes Unternehmen der Landwirtschaft betreibt, das die Mindestgröße im Sinne von §1 Abs. 5 des Gesetzes über die Alterssicherung der Landwirte (ALG) erreicht; dies gilt nicht für die Imkerei.

Zu Unternehmen der Landwirtschaft zählen dabei:

- Unternehmen der Land- und Forstwirtschaft einschließlich des Garten- und Weinbaues,
- Unternehmen der Fischzucht und Teichwirtschaft sowie der Binnenfischerei,
- Unternehmen der Imkerei, der landwirtschaftlichen Wildhaltung, der Wanderschäferei.

Vorausgesetzt wird, dass auf allen Ebenen der Produktion (Erzeugung, Verarbeitung und Vermarktung) bestehende gesetzliche Bestimmungen eingehalten werden. Zur Sicherung der Lebensmittelhygiene führt der Betrieb betriebseigene Maßnahmen und Kontrollen in Anlehnung an die Hygieneleitlinie für Direktvermarkter oder vergleichbare Leitlinien durch.

Unter Berücksichtigung der Tatsache, dass landwirtschaftliche Direktvermarktung eine Prozessbeschreibung darstellt, spielen bei der Definition „Landwirtschaftliche Direktvermarktung“ Betriebsstrukturen, Betriebsaufteilungen, Familienkooperationen, die aufgrund steuerlicher, handwerksrechtlicher, gewerbe-rechtlicher, haftungsrechtlicher oder ähnlicher Vorgaben durchgeführt wurden, keine Rolle. Dies gilt auch für Betriebsstrukturen, die sich aufgrund geänderter familiärer Strukturen (Generationswechsel, Eheschließung usw.) ergeben haben.

Grundbedingung ist immer das Vorhandensein eines landwirtschaftlichen Betriebes, der in die Wertschöpfungskette der Direktvermarktung mit eingebunden ist.

1. Landwirtschaftlicher Direktvermarkter

Idealform:

Der landwirtschaftliche Betrieb hat mind. 1 Produkt, das er selbst erzeugt, selbst aufbereitet, bearbeitet und/oder selbst verarbeitet und vermarktet.

Verarbeitete Erzeugnisse gelten als Eigenerzeugnisse, wenn mindestens ein wertgebender Bestandteil (z.B. gemäß Lebensmittelbuch) im dazugehörigen landwirtschaftlichen Betrieb erzeugt worden ist.

Abweichungen:

Erfolgt die Bearbeitung, Verarbeitung und/oder die Vermarktung im Auftrag und auf Weisung des landwirtschaftlichen Betriebes durch Dritte, so wird dies dem landwirtschaftlichen Betrieb zugerechnet und zählt zur Direktvermarktung (z.B. Lohnverarbeitung durch Metzgerei, Bäckerei), sofern diese Art der Kooperation schriftlich vereinbart ist, die Erzeugnisse vom eigenen Urprodukt bis zum verarbeiteten Produkt getrennt von Produkten anderer Betriebe verarbeitet werden und eine eindeutige Kennzeichnung erfolgt.

Zur landwirtschaftlichen Direktvermarktung zählt auch, wenn die Be- und Verarbeitung und/oder die Vermarktung durch eigenständige Unternehmen (an denen der Inhaber des landwirtschaftlichen Betriebes selbst beteiligt ist (wie z. B. GbR mit Ehefrau, Sohn etc.) erfolgt und die Kooperation dieser Unternehmen mit dem landwirtschaftlichen Betrieb schriftlich vereinbart ist.

Zur landwirtschaftlichen Direktvermarktung zählt auch, wenn die Verarbeitungs- oder Vermarktungsunternehmen als selbständige Unternehmen eigenständig durch Familienmitglieder geführt werden (Ehefrau, Kinder, Eltern, Geschwister des Betriebsinhabers, d.h. Verwandtschaft in gerader Linie oder bis zum 2. Grad der Seitenlinie muss gegeben sein) und die Kooperation dieser Unternehmen mit dem landwirtschaftlichen Betrieb schriftlich vereinbart ist.

2. Zukauf von Urprodukten

Zur Ergänzung der eigenen Urproduktion:

Der landwirtschaftliche Direktvermarkter, der die Grundvoraussetzungen zum landwirtschaftlichen Betrieb erfüllt, kann zur Ergänzung seiner eigenen Rohstoffprodukte, Rohstoffe ohne mengenmäßige Begrenzung von anderen landwirtschaftlichen Betrieben zukaufen und danach be- und verarbeiten und vermarkten.

Beispiel: Ergänzung der eigenen Mastschweineproduktion durch Zukauf von Mastschweinen von einem anderen Direktvermarktungsbetrieb im Sinne dieser Definition

Zum Aufbau einer neuen Produktlinie, bei bestehender Direktvermarktungseigenschaft zu betriebseigenen Urprodukten:

Der landwirtschaftliche Direktvermarkter kann zusätzlich Urprodukte, die auf seinem Betrieb nicht erzeugt werden, von anderen landwirtschaftlichen Betrieben zukaufen und dann zu eigenen Direktvermarktungsprodukten be- und verarbeiten und vermarkten.

Beispiel: Zukauf von Mastschweinen von anderen landwirtschaftlichen Betrieben zur Vermarktung von Fleisch- und Wurstwaren, als eigene Direktvermarktungsprodukte, auch dann, wenn der zukaufende Betrieb selbst keine Mastschweineproduktion hat und beispielsweise bisher nur Milchprodukte direkt vermarktet hat.

Voraussetzung für den Zukauf ist in beiden Fällen eine vollständige Transparenz der Zukaufsvorgänge mit entsprechender Dokumentation des Zukaufs.

3. Zukauf von verkaufsfertigen Produkten

Der Mitverkauf von verkaufsfertigen Produkten ist ohne mengenmäßige Beschränkung möglich. Zugekaufte Verarbeitungsprodukte dürfen nicht als eigene Direktvermarktungsprodukte dargestellt werden. Soweit der Zukauf von anderen Direktvermarktungsbetrieben im Sinne von Satz 1. bzw. unter Berücksichtigung von Satz 2 erfolgt, können diese Produkte als Direktvermarktungsprodukte mit der „entsprechenden Herstellerangabe“ präsentiert werden.

Voraussetzung für den Zukauf ist in allen Fällen eine vollständige Transparenz der Zukaufsvorgänge mit entsprechender Dokumentation des Zukaufs.

4. Sonderregelungen

Der Vorstand kann auf Antrag von Mitgliedern in begründeten Ausnahmefällen unter Gewährleistung der Zielsetzung dieser Definition Abweichungen von den Punkten 1. bis 3. zulassen. Diese sind in der nächsten Mitgliederversammlung bekannt zu geben.

In Fällen höherer Gewalt, auf die der Direktvermarktungsbetrieb keinen direkten Einfluss hat, wird die Einhaltung der Definition ausgesetzt. Dies ist von dem Direktvermarktungsbetrieb der Vereinigung nordrhein-westfälischer Direktvermarkter gegenüber anzuzeigen.

Die Definition tritt mit Wirkung zum 15.11.2011 uneingeschränkt in Kraft.