



Das Lebensmittelministerium



Erlebnis Bauernmarkt

Anregungen
zum erfolgreichen Vermarkten

VORWORT



Bauernmärkte sind etwas Besonderes. Durch frische, regionale und handwerkliche Produkte, ein ländliches Ambiente und den direkten Kontakt zum Erzeuger heben sie sich von normalen Wochenmärkten ab. Bauernmärkte sind eine Chance für Landwirte, Qualität und Sicherheit ihrer Produkte bekannt zu machen, das Vertrauen der Kunden zu gewinnen und den Absatz zu steigern. Gleichzeitig sind diese Märkte eine Chance für Veranstalter und die Region. Durch ein außergewöhnliches Angebot, eine attraktive Gestaltung und kulturelle Angebote, die einzigartig und regionaltypisch sind, können Bauernmärkte zum beliebten touristischen Ziel werden. Diese Alleinstellungsmerkmale gilt es zu erhalten, zu fördern und für die Vermarktung zu nutzen. Bei Märkten, die als »Bauernmarkt« bezeichnet werden, sollten die Erwartungen, die Besucher mit dieser Bezeichnung verbinden, nicht enttäuscht werden. Das bedeutet, bei Organisation, Werbung, Angebots- und Standgestaltung ist es wichtig, besondere ländliche und landwirtschaftliche Merkmale hervorzuheben, über die Produktionsweise zu informieren und ein positives Image der Landwirtschaft zu schaffen. Bauernmärkte bieten viele Möglichkeiten, das Interesse der Besucher zu wecken und zum Anziehungspunkt über die regionalen Grenzen hinaus zu werden. Die vorliegende Broschüre gibt Empfehlungen dafür.



Norbert Eichkorn

Präsident des Sächsischen Landesamtes
für Umwelt, Landwirtschaft und Geologie

INHALT

3 Markt mit eigenem Profil

- 4 Bauernmärkte in Sachsen
- 5 Qualitätszeichen geben Sicherheit
- 6 Spezialeinkaufsstätten für Selbsterzeugtes

8 Hinweise zum erfolgreichen Vermarkten

- 9 Werbung: Den Weg weisen
- 10 Infrastruktur: Für Ordnung sorgen
- 12 Angebot: Regional, Saisonal und Bio
- 14 Kundenkontakt: Vertrauen schaffen
- 17 Verkaufspersonal: Freundlich und sympathisch
- 18 Warenpräsentation: Übersicht erleichtern
- 20 Dekoration: Naturmaterialien nutzen
- 22 Erlebnis: Ländliche Kultur zeigen
- 24 Service: Wünsche voraussehen
- 26 Kennzeichnung: Ordnungsgemäß anbieten

28 Auf einen Blick

- 29 Wichtige Rechtsgrundlagen für Direktvermarktung
- 32 Veranstalter von Bauernmärkten in Sachsen
- 34 Marktordnung für Bauernmärkte

Information im Internet

Impressum



**MARKT MIT
EIGENEM PROFIL**

BAUERNMÄRKTE IN SACHSEN

In Sachsen gibt es derzeit rund 150 Bauernmärkte, die sowohl in Stadtzentren als auch in typisch ländlichen Regionen stattfinden. Bis zu 6000 Besucher nutzen das Angebot, Lebensmittel frisch vom Erzeuger zu kaufen und die besondere Atmosphäre zu genießen. Zwischen 15 und 70 Händler pro Markt bieten auf den sächsischen Bauernmärkten eine breite Palette an Erzeugnissen an.

Direktvermarkter spielen Hauptrolle

In Sachsen werden Bauernmärkte durch das Sächsische Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft gefördert. Voraussetzung dafür ist, dass mindestens die Hälfte der Anbieter landwirtschaftliche Direktvermarkter sind. Entsprechendes legte der Verein »Direktvermarktung in Sachsen e.V.« in seiner Marktordnung fest. Ziel der Marktordnung ist es, das besondere Profil der vom Verein organisierten Bauernmärkte zu erhalten und zu stärken und einen reibungslosen Ablauf der Märkte zu sichern. Die Marktordnung legt gleichzeitig fest, welche Anbieter bei der Auswahl der Händler als landwirtschaftliche Direktvermarkter eingeordnet werden (siehe Seite 36).



QUALITÄTSZEICHEN GEBEN SICHERHEIT

Rund 500 Landwirte vermarkten in Sachsen ihre Produkte direkt über eigene Hofläden, Märkte und/oder einen Lieferservice. Knapp die Hälfte der Direktvermarkter ist im Verein »Direktvermarktung in Sachsen e.V.« organisiert. Der seit 1994 bestehende Verein stellt die wichtigste Interessenvertretung der Direktvermarkter dar und bietet Informations- und Fortbildungsveranstaltungen an. Er vergibt und kontrolliert außerdem das Dachzeichen »Qualität – direkt vom Hof«. Für jede Produktgruppe – Fleisch und Fleischprodukte, Fisch, Milch und Milchprodukte, Honig, Eier, Gemüse und Obst – sind gesonderte Qualitätskriterien zu erfüllen. Die geforderten Produkteigenschaften liegen über den gesetzlich geforderten Qualitätsstandards. 80 sächsische Betriebe haben sich dieser zusätzlichen Qualitätskontrolle freiwillig unterzogen und werben auf rund 200 Produkten mit dem Dachzeichen. Neun von zehn Besuchern der sächsischen Bauernmärkte vertrauen auf den Slogan »Qualität – Direkt vom Hof«. Unter www.direktvermarktung-sachsen.de informiert der Verein »Direktvermarktung in Sachsen e.V.« über



- die Vergabekriterien für das Dachzeichen »Qualität – Direkt vom Hof«,
- Fortbildungs- und Informationsangebote für Direktvermarkter,
- Fördermöglichkeiten für Direktvermarkter und Marktveranstalter,
- Termine aller Bauernmärkte in Sachsen,
- das Direktvermarkter-Angebot in Sachsen.



SPEZIALEINKAUFSTÄTTEN FÜR SELBSTERZEUGTES

In einigen Regionen Sachsens wurden Vereine zur Förderung von Bauernmärkten gegründet. Ziele sind das Organisieren, Etablieren und Erhalten eines regelmäßig stattfindenden Marktes, der sich von anderen Märkten unterscheidet und die Bezeichnung »Bauernmarkt« verdient. Um das typische Profil des Marktes zu fördern, existieren besondere Anforderungen hinsichtlich der Auswahl und Zusammensetzung der Händler, des Angebotes und der Gestaltung der Stände. Diese Vorgaben wurden meist in einer Marktordnung festgelegt. Die Einhaltung ist für Händler Voraussetzung für die Teilnahme. Mit zunehmendem Erfolg werden diese Märkte in regelmäßigen Abständen von vier bis acht Wochen durchgeführt. Der Jahreszeit entsprechende thematische Schwerpunkte und das kulturelle Rahmenprogramm tragen dazu bei, dass sie zu beliebten Ausflugszielen geworden sind. Beispiele für Bauernmärkte, die regelmäßig am gleichen Standort stattfinden, sind in Sachsen:



→ *Bauernmärkte Hebelelei bei
Meißen (achtmal jährlich)*
www.elbepark-hebelelei.de

→ *Ostelbische Bauernmärkte in
Pülswerda (sechsmal jährlich)*
www.ostelbien.de/bauernmarkt.htm

→ *Bauernmärkte in Klosterbuch
(zehnmal jährlich)*
[www.klosterbuch.de/
veranstaltungen/html](http://www.klosterbuch.de/veranstaltungen/html)

→ *Marktscheune Rothenkirchen
(wöchentlich)*
Tel. 037462-7497



Bauernmärkte bundesweit

Auch in anderen Bundesländern gibt es Beispiele für hohe Anforderungen an Bauernmärkte. Teilweise dürfen ausschließlich selbst erzeugte Produkte zum Verkauf angeboten werden. Zugekaufte Ware muss von Landwirten aus der Region stammen.

In Bayern wurden unter Federführung der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft Teams zur Optimierung von Bauernmärkten gebildet. Bauernmarktveranstalter können freiwillig Stärken-/Schwächenanalysen durchführen lassen und erhalten für den Gesamtmarkt und die Einzelstände Vorschläge zur Verbesserung des Erscheinungsbildes. In einem Pilotprojekt wurden Kriterien und Prüflisten zur Zertifizierung von Bauernmärkten entwickelt mit dem Ziel, eine Prüfplakette für Bauernmärkte zu schaffen. Veranstalter, die ihren Bauernmarkt als Spezialeinkaufsstätte für Selbsterzeugtes etablieren wollen, können dieses Angebot nutzen.

Ebenfalls eine Garantie für einen lückenlosen Herkunftsnachweis sowie für Qualität und Frische bieten die Mitglieder des Fördervereins Bauernmarkt Hannover e.V. mit insgesamt neun Standorten in Hannover. Diese präsentieren sich unter einem einheitlichen Bauernmarktzeichen. Betreut und auf Einhaltung der Regeln kontrolliert werden diese besonderen Märkte von der Landwirtschaftskammer Niedersachsen.

Auch der Frankfurter Marktverein e.V. hat sich mit dem Bauernmarkt Konstablerwache zum Ziel gesetzt, regionale Identität und Originalität und die Versorgung der Verbraucher mit qualitativ hochwertigen Lebensmitteln aus umweltgerechter, bäuerlicher Produktion zu fördern. Verbraucher sollen Qualitäten, Herkunft und Produktionsweise der Produkte sowie die Preisbildung nachvollziehen können.

Bundesweit gibt es zahlreiche weitere Initiativen, die das besondere Profil von Bauernmärkten fördern und dadurch zur Absatzförderung selbsterzeugter landwirtschaftlicher Produkte beitragen.

→ Eine Mustersatzung für Bauernmarktvereine und eine Mustermarktordnung wurden unter www.bayerischerbauernverband.de veröffentlicht.

→ Weitere Informationen zu Bauernmärkten in Hannover, Frankfurt und München sind unter www.bauernmarkthannover.de, www.erzeugermarkt-konstablerwache.de und www.muenchnerbauernmaerkte.de verfügbar.



**HINWEISE ZUM
ERFOLGREICHEN
VERMARKTEN**

WERBUNG: DEN WEG WEISEN

Bauernmärkte finden meist an besonderen Orten statt, die nicht immer gut erreichbar sind. Die Umgebung des Marktes spielt eine wichtige Rolle für das Interesse der Besucher. Einer Umfrage zufolge sind Bauernmarkt-Liebhaber bereit, für das besondere Erlebnis mehr als 50 Kilometer zu fahren. Erleichtern Sie diesen die Anfahrt. Aufgrund von Plakaten und Hinweisen an der Straße entscheiden sich ortsunkundige Wochenendausflügler oft auch spontan, eine Veranstaltung zu besuchen.



- Werben Sie mit auffälligen Schildern/Plakaten.
- Stellen Sie entsprechende Hinweise an markanten Straßenkreuzungen auf.
- Verwenden Sie einheitliche Werbung.
- Nutzen Sie regionale Medien (Tages- und Wochenzei- gungen, Anzeigenblätter, Rundfunk und Regional- fernsehen).
- Handzettel und Flyer zur Auslage in Geschäften und Gaststätten unterstützen die Werbung für den Bauernmarkt.
- Informieren Sie sich beim Verein »Direktvermarktung in Sachsen e.V.« über Werbemittel .





INFRASTRUKTUR: FÜR ORDNUNG SORGEN

Wer sich schon bei der Parkplatzsuche ärgert, kann das Erlebnis »Bauernmarkt« nicht entspannt genießen. Gute Organisation rund um den Markt trägt dazu bei, dass sich Händler gern beteiligen und Kunden gerne wiederkommen. Die Marktordnung des Vereins Direktvermarktung in Sachsen e.V. (siehe S. 36) enthält Hinweise zu Sicherheit, Ordnung, Marktaufsicht und Reinigung. Auch Energieversorgung und Müllentsorgung sind rechtzeitig in die Organisation einzubeziehen. Ausreichend Wegweiser, ein übersichtlicher Standaufbau und eine gute Beschilderung der Stände helfen bei der Orientierung und sorgen dafür, dass die gesamte Marktzeit zum Verkaufen, Kaufen, Erleben und Genießen genutzt werden kann. Sorgfältige Planung bei der Standaufteilung ist eine Voraussetzung für gut gelaunte Händler, die ihre Stimmung an die Kunden weitergeben.



- Denken Sie an genügend Parkplätze, die gut ausgeschildert sind.
- Planen Sie genügend Personal ein, um die Kunden zu leiten.
- Bieten Sie ausreichend Platz an, um nicht benötigte Händlerfahrzeuge »verschwinden« zu lassen.
- Händler mit konkurrierenden Angeboten sollten in ausreichendem Abstand zueinander stehen.
- Tische und Bänke laden ein, das kulinarische Angebot in Ruhe zu probieren und länger auf dem Markt zu verweilen.
- Sorgen Sie für ausreichend sanitäre Anlagen. Diese sollten gut ausgeschildert sein.
- Sauberkeit und Ordnung setzt ausreichend Abfallbehälter voraus.



ANGEBOT: REGIONAL, SAISONAL UND BIO

Auf einem Bauernmarkt müssen regionale und selbst erzeugte landwirtschaftliche Produkte im Mittelpunkt stehen. Besucher verbinden mit der Bezeichnung »Bauernmarkt« Begriffe wie »Frische«, »Natur«, »Landwirtschaft«, »regional« und »Bio«. Die Zusammensetzung der Händler und des Angebotes entscheiden, ob diese Erwartungen erfüllt werden. Vier von fünf Bauernmarktkunden erwarten Lebensmittel und Pflanzen aus der Region. Jeder zweite Besucher setzt ein Bioangebot auf dem Markt voraus.

»Regional« bedeutet auch saisonal: Sommergemüse wie Tomaten und Gurken oder Beerenobst im Sommer, Wintergemüse wie zum Beispiel alle Kohlarten sowie Kürbisse oder Äpfel in den Herbst- und Wintermonaten. Viele Anbieter scheuen vor einem saisonalen Angebot zurück und vervollständigen ihr Sortiment durch Zukauf. Durch neue Rezeptideen und ein entsprechendes Imbissangebot kann man Kunden für die Produkte der Saison gewinnen.



- *Zu einem vollständigen Angebot gehören immer Fleisch- und Wurstwaren, Brot und Backwaren, Milchprodukte, Fisch, Obst und Gemüse, Kartoffeln, Eier, Honig und Säfte.*
- *Besondere Angebote und Spezialitäten ergänzen ideal das Angebot. Als Spezialitäten sind denkbar: Wild- und Lammfleisch, Ziegenmilchprodukte, Büffel- und Bisonprodukte, Pilze, Wachteleier, Konfitüren, Weine und Liköre.*
- *Achten Sie auf die Einzigartigkeit der Produkte.*

Kunden der sächsischen Bauernmärkte wünschen sich keine untypischen Produkte wie Textilien, Schuhe Schmuck oder Souvenirs. Die Etablierung eines Marktes als Bauernmarkt setzt eine sorgfältige und konsequente Auswahl geeigneter Händler voraus.



→ Eine gute Ergänzung bilden Jungpflanzen und andere Gartenbauerzeugnisse.

→ Auch Handwerkliches wie Körbe, Holzarbeiten, handgearbeitete Keramik passen zum ländlichen Ambiente eines Bauernmarktes.

→ Achten Sie als Veranstalter auf eine gute Beschilderung der Stände. Kunden möchten wissen, woher die Produkte kommen.

→ Achten Sie auf ein vollständiges Angebot an landwirtschaftlichen Produkten. Bieten Sie typische Produkte aus der Region an und liefern Sie die Rezepte dazu gleich mit.

→ Spezialitäten sind besonders beliebt. Kreieren Sie eigene Produkte aus den Produkten der Saison.

→ Kunden erwarten auf einem Bauernmarkt Frische und hervorragende Qualität. Ein höherer Preis als im Supermarkt wird vom Kunden dafür akzeptiert.

→ Kräuter – frisch oder getrocknet – passen in jeder Saison auf den Bauernmarkt.



KUNDENKONTAKT: VERTRAUEN SCHAFFEN

Einkauf direkt beim Landwirt wird immer beliebter. Neun von zehn der auf den sächsischen Bauernmärkten befragten Besucher können sich vorstellen, auch in Zukunft direkt beim Erzeuger einzukaufen. Wissen um die Herkunft der Rohstoffe und Vertrauen in die Herstellungsweise sind wichtige Gründe dafür. Bauernmärkte bieten die große Chance, durch persönlichen Kontakt, gute Information und überzeugende Qualität Kunden zu gewinnen und ihnen gleichzeitig die heimische Landwirtschaft näherzubringen.



- *Gehen Sie auf Ihre Kunden zu. Bieten Sie Kostproben an und beantworten Sie freundlich alle Fragen.*
- *Informieren Sie von sich aus über die verwendeten Rohstoffe, die Herstellungsweise und besondere Rezepturen.*
- *Informieren Sie über ihren Betrieb. Plakate, Schilder oder Fotos am Stand sind dafür geeignet.*

→ Legen Sie Hofprospekte und Visitenkarten aus, damit der Kunde auch später noch weiß, von welchem Betrieb die gekauften Produkte stammen und Ihre Adresse auch weitergeben kann.

→ Name, Adresse, Telefonnummer und eventuell ein Logo des Betriebes müssen auf einem Schild gut sichtbar am Stand angebracht sein.

→ Tipps zu Verwendungsmöglichkeiten der Produkte und Rezepte werden immer gerne mitgenommen.

→ Werben Sie mit dem Dachzeichen »Qualität – Direkt vom Hof« oder mit anderen Auszeichnungen (z. B. CMA, DLG)





VERKAUFSPERSONAL: FREUNDLICH UND SYMPATHISCH

Entscheidend für den Erfolg eines Bauernmarktstandes ist auch das Personal. Freundlichkeit ist oberstes Gebot. Sympathische, gut gelaunte Verkäufer machen mehr Umsatz und bleiben beim Kunden in positiver Erinnerung. Das äußere Erscheinungsbild spielt eine ebenso wichtige Rolle wie kompetente Beratung.



→ *Achten Sie auf saubere, ordentliche und einheitliche Kleidung des Standpersonals.*

→ *Ein Namensschild hilft dem Kunden, sich an Sie zu erinnern.*

→ *Arbeitskleidung sollte zweckmäßig sein, aber auch ansprechend aussehen.*

→ *Die Kleidung sollte zum Stand und zu den Produkten passen.*

→ *Beim Umgang mit Lebensmitteln gelten am Marktstand die gleichen Hygiene- und Arbeitsschutzregeln wie im Fachgeschäft.*

→ *Offenheit und Information zur Herkunft der Rohstoffe, zur Produktionsweise und besonderen Rezepturen sind selbstverständlich.*

→ *Freundlichkeit ist oberstes Gebot. Gut gelauntes Verkaufspersonal strahlt Sympathie aus. Das steigert den Umsatz.*



WARENPRÄSENTATION: ÜBERSICHT ERLEICHTERN

Ein attraktiver und ordnungsgemäßer Stand sichert den Verkaufserfolg. Ordnung, Sauberkeit und Hygiene sind Grundvoraussetzungen und müssen jeder Kontrolle und dem kritischen Blick der Kunden standhalten. Viele Regeln der Warenpräsentation, die in Lebensmittelgeschäften oder Supermärkten gelten, lassen sich auch auf Märkten anwenden. Das besondere Ambiente und die Präsentationsmöglichkeiten eines Bauernmarktes sind beste Voraussetzungen zur Verkaufsförderung.



- *Präsentieren Sie Ihre Produkte in einheitlichen Kisten, Körben oder anderen Verpackungen. Kunden achten auf Ordnung und Sauberkeit.*
- *Nehmen Sie immer mehr Ware mit, als Sie voraussichtlich verkaufen werden. Gut gefüllte Regale suggerieren dem Kunden guten Absatz. Halbleere Auslagen erwecken den Eindruck von »Restbeständen« oder »Liegen geblieben«.*
- *Vermeiden Sie Lagerecken mit leeren Kartons, Verpackungsmaterial, Werkzeugen und anderem. Diese wirken abschreckend auf Kunden.*



→ Bis unten geschlossene Standschürzen schaffen Raum für alles, was nicht sichtbar sein soll.

→ Die Ausschilderung der Produkte muss der Lebensmittelgesetzgebung entsprechen. Sorgen Sie für eine eindeutige, übersichtliche, einheitliche und gut lesbare Beschriftung.



→ Ordnen Sie Ihre Produkte übersichtlich nach Produktgruppen. Das hilft bei der schnellen Orientierung und Auswahl.

→ Fleisch und Milchprodukte müssen gekühlt werden. Achten Sie darauf, dass Verkaufswagen oder Kühltheke einwandfrei sauber sind.





DEKORATION: NATURMATERIALIEN NUTZEN

Wer einen Bauernmarkt besucht, erwartet frische landwirtschaftliche Produkte, die von den Erzeugern selbst angeboten werden und ein ländliches Ambiente. Besonders für die Stadtbevölkerung haben Bauernmärkte eine besondere Anziehungskraft als Erlebnismarkt und Ort zum Entdecken und Genießen. Veranstalter von Bauernmärkten und Händler haben die Chance, mit wenigen, leicht verfügbaren und wenig kostenaufwändigen Mitteln einen Markt zu gestalten, der sich durch ein besonderes Flair von anderen Märkten abhebt. Gefragt sind kreative Ideen für die Ausgestaltung des Marktes und der Stände und ein Auge für alles, was die Natur an Materialien bietet.



- Eine ländliche Dekoration muss weder aufwändig noch teuer sein. Materialien wie Kisten, Körbe, Tongefäße, grobe Stoffe oder alte Arbeitsgeräte eignen sich zur Ausgestaltung eines Bauernmarktstandes.
- Jede Jahreszeit bietet passende Naturmaterialien wie Feldblumen, Getreide, Früchte, Tannengrün, die sich für eine bäuerliche Standgestaltung eignen.
- Auf Heu- oder Strohbinden präsentiert und in Holzkisten oder Körben wirken viele Produkte besonders ansprechend.
- Auch Verkaufswagen lassen sich mit wenigen Mitteln dem Ambiente eines Bauernmarktes anpassen. Die Beschilderung, einige Zweige oder Feldblumen auf den Imbissstischen sind Möglichkeiten dafür.
- Selbstverständlich müssen die Waren bei aller Freude am Dekorieren im Mittelpunkt bleiben.



ERLEBNIS: LÄNDLICHE KULTUR ZEIGEN

Bauernmärkte entwickeln sich immer mehr zum Ausflugsziel am Wochenende. Neben dem Einkauf spielt das Erlebnis eine wichtige Rolle. Nur zwei von fünf Bauernmarktbesuchern kommen, um ganz gezielt bestimmte Produkte zu kaufen. Die Übrigen wollen nur »eventuell etwas kaufen«, gleichzeitig aber bummeln, die Atmosphäre genießen und Bekannte treffen. Wer einen Bauernmarkt besucht, erwartet ein ländliches und bäuerliches Ambiente. Es gibt viele Möglichkeiten, die traditionelle ländliche Kultur, traditionelles Handwerk und typische Bräuche der Region in einen Bauernmarkt zu integrieren. Ein schönes Ambiente lässt Kunden länger verweilen und das Angebot besser wahrnehmen.



- *Sorgen Sie für ein in sich stimmiges, kulturelles Rahmenprogramm. Folkloristische Musik und traditionelles Handwerk schaffen ein ländliches Ambiente.*
- *Laden Sie Kleinkünstler und Musikanten ein, die ohne viel Technik die Zuschauer faszinieren.*



→ Vergessen Sie auch beim Kinderprogramm nicht, dass es sich um einen Bauernmarkt handelt. Hopseburgen können auch aus Heu oder Stroh sein.



→ Planen Sie Tiere ein. Ponyreiten ist immer beliebt und ein Streichelzoo zieht Kinder und Erwachsene gleichermaßen an.

→ Denken Sie an die Kinder. Familien sind am Wochenende die wichtigsten Kunden.

→ Mal- und Bastelangebote sollten sich von anderen Festen abheben. Naturmaterialien und Themen rund um die Landwirtschaft bieten kreatives Spielen.



→ Ein Bauernhofquiz macht Spaß und bildet. Ideen für Wettbewerbe, kindgerechte Infohefte, Malbücher und Luftballons mit Bauernhofmotiven sind kostenlos oder für wenig Geld erhältlich beim [information.medien.agrar e.V.](http://information.medien.agrar.e.V) unter www.ima-agrar.de, für größere Kinder auch beim [aid infodienst e.V.](http://aid.infodienst.e.V) unter www.aid.de.



SERVICE: WÜNSCHE VORAUSSEHEN

Auch auf dem Markt ist der Kunde König. Kleine Serviceleistungen sind mit wenig Aufwand zu realisieren und haben große Wirkung. Wer nicht weiß, wie er die Produkte nach Hause transportieren soll, vermeidet vielleicht einzukaufen. Wer nirgends die Taschen abstellen kann, muss auf den Imbiss oder einen weiteren Einkauf verzichten. Sorgen Sie für das Wohlbefinden Ihrer Besucher. Jede Erleichterung und freundliche Geste wird dankbar angenommen.



- Eine zweckmäßige Verpackung ist hilfreich – auf Bauernmärkte passen Papiertüten oder einfache Stoffbeutel.
- Manche Kunden sind dankbar für einen Lieferservice nach Hause.



- Ein Imbiss schmeckt besser, wenn man sich setzen kann.
- Regen-, Sonnen- und Windschutz sorgen dafür, dass sich Kunden bei jedem Wetter an Ihrem Stand wohl fühlen.
- Neue Rezeptideen werden immer gerne mitgenommen.
- Originelle Angebote für Kinder, wie zum Beispiel Ratespiele zu den Rohstoffen oder zur Herstellung der Produkte, sind ein Service für Eltern, die sich einen entspannten Familienausflug wünschen.
- Wer vorher probieren durfte, kauft überzeugter.





KENNZEICHNUNG: ORDNUNGSGEMÄSS ANBIETEN

Der Handel mit Lebensmitteln setzt voraus, dass alle Anforderungen der Lebensmittelhygiene eingehalten und die Kennzeichnungsvorschriften beachtet werden. Für Direktvermarkter gibt es keine Sonderregelungen. Ein ordnungsgemäßer Stand bietet für empfindliche Ware Kühlmöglichkeiten, Sonnen- und Witterungsschutz sowie Greifschutz. Wichtig ist ebenfalls eine einheitliche, optisch ansprechende und gut lesbare Produktkennzeichnung und Preisauszeichnung. Die wichtigsten Rechtsgrundlagen finden Sie auf den Seiten 31 bis 33.



→ Die Rindfleischetikettierung ist ein System der Herkunftssicherung und stärkt das Vertrauen der Bürger in die Qualität von Rindfleisch und Rindfleischerzeugnissen. Eine Übersicht über alle gesetzlichen Regelungen dazu ist abrufbar unter www.ble.de.

→ Die EG-Ökoverordnung, das Öko-Kennzeichengesetz, die Öko-Kennzeichenverordnung und das Öko-Landbaugesetz regeln Produktion, Handel und Kennzeichnung von Bioprodukten. Einzelheiten dazu finden Sie im Bereich »ökologischer Landbau« unter www.bmelv.de.

→ Jeder Händler muss die Sicherheit der angebotenen Lebensmittel garantieren. Die Überwachung, Hygiene und Kennzeichnung sowie die Verwendung von Zusatzstoffen sind geregelt in der Lebensmittel-Kennzeichnungsverordnung und im Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuch. Informationen dazu sind erhältlich unter www.bmelv.de.

→ Informationen zu den Vermarktungsnormen für Obst und Gemüse, Speisekartoffeln und Blumen finden Sie unter www.ble.de.

→ Waren und Dienstleistungen müssen mit deutlich sichtbaren Preisen versehen sein. Verstöße gegen die Pflicht zur korrekten Preisauszeichnung können ordnungsrechtliche Konsequenzen haben. Die Preisangabenverordnung ist verfügbar unter www.bundesrecht.juris.de (www.gesetze-im-internet.de)





AUF EINEN BLICK

WICHTIGE RECHTSGRUNDLAGEN FÜR DIREKTVERMARKTUNG

→ **Lebensmittel-, Bedarfsgegenstände- und Futtermittelgesetzbuch (Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuch – LFGB) in der Fassung der Bekanntmachung vom 26. 4. 2006 (BGBl. I S. 945), zuletzt geändert durch Art. 12 des Gesetzes vom 26. 2. 2008 (BGBl. I S. 215)**

Das Gesetz enthält Bestimmungen zum Schutz der Verbraucher vor Gesundheitsschäden und Täuschungen beim Verkehr mit Lebensmitteln, Futtermitteln, kosmetischen Mitteln und Bedarfsgegenständen. Zweck des Gesetzes ist zudem das Sicherstellen der Unterrichtung der Wirtschaftsbeteiligten und der Verbraucher.

→ **Verordnung über Anforderungen an die Hygiene beim Herstellen, Behandeln und Inverkehrbringen von Lebensmitteln (Lebensmittelhygiene-Verordnung – LMHV) vom 8. 8. 2007 (BGBl. I S. 1816, 1817)**

Die Verordnung dient der Regelung spezifischer lebensmittelhygienischer Fragen und verpflichtet zu Qualitätskontrollen bei Lebensmitteln.

→ **Verordnung über Höchstmengen an Rückständen von Pflanzenschutz- und Schädlingsbekämpfungsmitteln, Düngemitteln und sonstigen Mitteln in oder auf Lebensmitteln und Tabakerzeugnissen (Rückstands-Höchstmengenverordnung – RHmV) in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. 10. 1999 (BGBl. I S. 2082; 2002 I S. 1004), zuletzt geändert durch Art. 1 der Verordnung vom 30. 9. 2008 (BAz. Nr. 151, 3569)**

Die Verordnung setzt die zulässigen Höchstmengen an Rückständen der genannten Mittel fest, die in oder auf Lebensmitteln und Tabakerzeugnissen beim gewerbsmäßigen Inverkehrbringen nicht überschritten sein dürfen.

→ **Verordnung über Höchstmengen an Schadstoffen in Lebensmitteln (Schadstoff-Höchstmengenverordnung – SHmV), neu gefasst durch Bekanntmachung vom 18. 7. 2007 (BGBl. I S. 1473)**

Die Verordnung regelt die zulässigen Höchstmengen an Schadstoffen in Lebensmitteln.

→ **Verordnung über Fertigpackungen (Fertigpackungsverordnung) in der Fassung der Bekanntmachung vom 8. 3. 1994 (BGBl. I S. 451, 1307), zuletzt geändert durch Art. 1 der Verordnung vom 11. 6. 2008 (BGBl. I S. 1079)**

Die Verordnung regelt die Art und Weise, wie Fertigpackungen hinsichtlich Einheiten, Schriftgröße etc. zu kennzeichnen sind und listet Nennfüllmengen auf.

→ **Verordnung über die Kennzeichnung von Lebensmitteln (Lebensmittel-Kennzeichnungsverordnung – LMKV) in der Fassung der Bekanntmachung vom 15. 12. 1999 (BGBl. I S. 2464), zuletzt geändert durch Art. 1 der Verordnung vom 18. 12. 2007 (BGBl. I S. 3001)**

Die Verordnung gilt für die Kennzeichnung von Lebensmitteln in Fertigpackungen, die dazu bestimmt sind, an Verbraucher abgegeben zu werden und legt die anzugebenden Kennzeichnungselemente (Verkehrsbezeichnung, Herstellername, Mindesthaltbarkeitsdatum, etc.) fest.

→ **Los-Kennzeichnungs-Verordnung vom 23. 6. 1993 (BGBl. I S. 1022), geändert durch Art. 13 der Verordnung vom 22. 2. 2006 (BGBl. I S. 444)**

Die Verordnung regelt die Kennzeichnung von »gleichen« Lebensmitteln mit Losen und enthält viele Ausnahmetatbestände beispielsweise für direkt vermarktete Agrarerzeugnisse.

→ **Verordnung zur Durchführung des Rindfleischetikettierungsgesetzes (Rindfleischetikettierungsverordnung – RiFIEtikettV) vom 9. 3. 1998 (BGBl. I S. 438), zuletzt geändert durch Art. 9a der Verordnung vom 21. 12. 2000 (BGBl. I S. 1879)**

Die Verordnung enthält Vorschriften zur Genehmigung eines europarechtskonformen Etikettierungssystems.

→ **Verordnung zur Durchführung des Fischetikettierungsgesetzes (Fischetikettierungsverordnung – FischEtikettV) vom 15. 8. 2002 (BGBl. I S. 3363), zuletzt geändert durch Art. 3 Abschnitt 2 § 16 des Gesetzes vom 13. 12. 2007 (BGBl. I S. 2930)**

Die Verordnung enthält Vorschriften zur europarechtskonformen Fischetikettierung vor dem Inverkehrbringen.

→ **Verordnung über nährwertbezogene Angaben bei Lebensmitteln und die Nährwertkennzeichnung von Lebensmitteln (Nährwert-Kennzeichnungsverordnung – NKV) vom 25. 11. 1994 (BGBl. I S. 3526), zuletzt geändert durch Art. 1 der Verordnung vom 22. 2. 2006 (BGBl. I S. 444)**

Die Verordnung regelt die nährwertbezogenen Angaben im Verkehr mit Lebensmitteln und in der Werbung sowie die Nährwertkennzeichnung von Lebensmitteln.

→ **Handelklassengesetz (HdKIG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 23. 11. 1972 (BGBl. I S. 2201), zuletzt geändert durch Art. 209 der Verordnung vom 31. 10. 2006 (BGBl. I S. 2407)**

Das Gesetz führt sogenannte Handelsklassen beim Absatz von Erzeugnissen der Landwirtschaft ein und ist immer im Zusammenhang mit zahlreichen unmittelbar geltenden EU-Verordnungen über Qualitäts- und Verkaufsnormen zu einzelnen Obst- und Gemüsesorten zu sehen.

→ **EG-Öko-Basisverordnung (EG) Nr. 834 / 07, gültig seit 1. 1. 2009 mit Durchführungsverordnung (EG) Nr. 889 / 08, gültig seit 1. 1. 2009**

EU-Verordnungen gelten in den Mitgliedsstaaten der Europäischen Union unmittelbar. Die EG-Öko-Basisverordnung enthält Vorschriften zum Begriff eines Ökolebensmittels, das Kontrollverfahren, die Etikettierung, etc.

→ **Gesetz zur Anpassung von Vorschriften auf dem Gebiet des ökologischen Landbaus an die Verordnung (EG) Nr. 834 / 2007 des Rates vom 28. 6. 2007 über die ökologischen/biologischen Erzeugnisse und zur Aufhebung der Verordnung (EWG) Nr. 2092 / 91 vom 7. 12. 2008 (BGBl. I S. 2358)**

→ **Gesetz über das Mess- und Eichwesen (Eichgesetz) in der Fassung der Bekanntmachung vom 23. 3. 1992 (BGBl. I S. 711), zuletzt geändert durch Art. 2 des Gesetzes vom 3. 7. 2008 (BGBl. I S. 1185)**

Das Gesetz schreibt im Interesse eines lautereren Handelsverkehrs die Eichpflicht von im geschäftlichen oder amtlichen Verkehr, Umweltschutz oder Strahlenschutz verwendeten Messgeräten vor. Anzeigepflicht für Messgeräte.

→ **Preisangabenverordnung (PAngV) in der Fassung der Bekanntmachung vom 18. 10. 2002 (BGBl. I S. 4197), zuletzt geändert durch § 20 Abs. 9 des Gesetzes vom 3. 7. 2004 (BGBl. I S. 1414)**

Die Verordnung regelt u. a. die Pflicht, Endverbraucherpreise immer nur einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile anzugeben.

→ **Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) in der Fassung der Bekanntmachung vom 15. 7. 2005 (BGBl. I S. 2114), zuletzt geändert durch Art. 2 c des Gesetzes vom 15. 12. 2008 (BGBl. I S. 2426)**

Zweck des Gesetzes ist es, bestimmte im Gesetz geregelte Verhaltensweisen zu verbieten, um einen fairen Wettbewerb zu gewährleisten. Im § 28 gibt es Sonderregeln für den Wirtschaftsbereich Landwirtschaft.

→ **Gewerbeordnung in der Fassung der Bekanntmachung vom 22. 2. 1999 (BGBl. I S. 202), zuletzt geändert durch Art. 92 des Gesetzes vom 17. 12. 2008 (BGBl. I S. 2586)**

Die Gewerbeordnung regelt u. a. die Anzeigepflicht eines Gewerbes und andere Pflichten beziehungsweise Ausnahmen.

→ **Gesetz zur Ordnung des Handwerks (Handwerksordnung) in der Fassung der Bekanntmachung vom 24. 9. 1998 (BGBl. I S. 1074; 2006 I S. 2095), zuletzt geändert durch Art. 6 des Gesetzes vom 21. 12. 2008 (BGBl. I S. 2917)**

Die Handwerksordnung regelt u. a. die Eintragungspflicht und andere Pflichten beziehungsweise Ausnahmen.

→ **Gesetz über die Haftung für fehlerhafte Produkte (Produkthaftungsgesetz – Prod-HaftG) vom 15. 12. 1989 (BGBl. I S. 2198), zuletzt geändert durch Art. 9 Abs. 3 des Gesetzes vom 19. 7. 2002 (BGBl. I S. 2674)**

Das Gesetz regelt eine verschuldensunabhängige Produkthaftung. Es schließt unverarbeitete Agrarrohprodukte mit ein.

→ **Baugesetzbuch (BauGB) in der Fassung der Bekanntmachung vom 23. 9. 2004 (BGBl. I S. 2414), zuletzt geändert durch Art. 1 des Gesetzes vom 21. 12. 2006 (BGBl. I S. 3316) und Sächsische Bauordnung vom 28. 5. 2005 (SächsGVBl. S. 200)**

Diese Gesetze bestimmen, dass Umbauten beispielsweise in Hofläden, Verarbeitungsräume in Altgebäuden, ortsfeste Verkaufsstände und größere Hinweisschilder antrags- und genehmigungspflichtig sind.

→ **Straßenverkehrs-Ordnung – StVO vom 16. 11. 1970 (BGBl. I S. 1565)**

Nach der StVO sind keine Beeinträchtigungen des rollenden Verkehrs durch Verkaufsstände geduldet. Der Verkauf auf öffentlichen Plätzen ist genehmigungspflichtig.

→ **Sächsisches Gesetz über die Ladenöffnungszeiten (Sächsisches Ladenöffnungsgesetz – SächsLadÖffG) vom 16. 3. 2007 (SächsGVBl. S. 42), rechtsbereinigt mit Stand vom 1. 8. 2008**

Ladenschluss ist allgemein eine Regelung, nach der Ladengeschäfte aus Gründen des Arbeitnehmerschutzes und des Schutzes der Sonn- und Feiertage zu bestimmten Zeiten geschlossen bleiben müssen. Näheres regeln in Deutschland spezielle Ladenschluss- und Ladenöffnungsgesetze der Länder.

In Sachsen sieht das Ladenöffnungsgesetz Montag bis Samstag Öffnungszeiten von 6 Uhr bis 22 Uhr vor. Zudem sind vier verkaufsoffene Sonntage mit Öffnungszeiten von 12 bis 18 Uhr möglich. An fünf Werktagen im Jahr dürfen die Läden rund um die Uhr öffnen. Das Gesetz trat zum 1. 4. 2007 in Kraft

Hinweis:

Die Kurzdarstellung erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit! Die Bundesgesetze können unter www.gesetze-im-internet.de und die sächsischen Landesgesetze unter www.revosax.sachsen.de recherchiert werden.

VERANSTALTER VON BAUERNMÄRKTEN IN SACHSEN (Stand 12/2008)

Koordinierung:

→ Direktvermarktung in Sachsen e.V.

Fabrikstr. 1
01723 Wilsdruff
Tel. (035204) 78662
Fax (035204) 78664

Kooperationspartner, die Bauernmärkte nach der Markt- ordnung des Vereins Direktvermark- tung in Sachsen e.V. durchführen:

→ Agrarzentrum Grünberg

Hofladen
Pastor-Roller-Str. 42
01108 Dresden
Tel. (0351) 888 13 14
Fax (035205) 429 17

→ Agrarhof

Gospersgrün e.G.
Schulstr. 1
08427 Fraureuth OT Gospersgrün
Tel. (037600) 77 00
Fax (037600) 77 01 00

→ Deutscher Verband für Landschaftspflege e.V.

Landesbüro Sachsen
Lange Str. 43
01796 Pirna
Tel. (03501) 582461
Fax (03501) 467 65 25

→ Förderverein »Elbepark Hebelei« e.V.

Gaststätte »Elbklaus«
Niederlommatszsch
Fährgasse 6
01665 Diera Zehren
Tel. (035247) 514 14
Fax (035247) 500 50

→ Gläserner Bauernhof Vogtland e.V.

Breitenfelder Str. Fischerhütte
08258 Markneukirchen OT Siebenbrunn
Tel. (037422) 748 59
Fax (037422) 748 61

→ Hofgut Kaltenbach Familie Noack

Stölpchener Str. 20
01561 Thiendorf OT Welxande
Tel (035248) 229 08
Fax (035248) 809 45

→ Landschaftspflegeverband

→ Oberes Vogtland e.V.

Oberer Berg, PF 29
08258 Markneukirchen
Tel. (037422) 29 65
Fax (037422) 467 86

→ Mulde-Flöha e.V.

Gränitzer Str. 8
09575 Großwaltersdorf
Tel. (037293) 899 89
Fax (037293) 899 89

→ Sächsische Schweiz

Osterzgebirge e.V.

Am Landgut 1
01809 Dohna OT Röhrsdorf
Tel. (0351) 27 20 66-0 / 27 20 66 10,
Fax (0351) 27 20 66 13

→ **Landwirtschaftsbetrieb**

Aurich's Hof

Hauptstr. 75
09430 Venusberg
Tel. (03725) 772 53
Fax (03725) 772 53

→ **Markt- und Eventmanagement**

Am Landgut 1
01809 Dohna OT Röhrsdorf
Tel. (0351) 27 20 66-0 / (0351) 27 20 66 10
Fax (0351) 27 20 66 13

→ **Muldental Marketing**

HOT-ABS mbH
Goldbachstr. 13
09353 Oberlungwitz
Tel. (03723) 422 13
Fax (03723) 423 24

→ **Stadtverwaltung Zwönitz**

Markt 6
08297 Zwönitz
Tel. (037754) 350
Fax (037754) 351 99

→ **Stadtverwaltung Stolpen**

Hauptamt
Markt 1
01831 Stolpen
Tel. (035973) 280 10
Fax (035973) 280 25

→ **Umweltbildungshaus**

Johannishöhe e.V.

Dresdner Str. 13a
01737 Tharandt
Tel. (035203) 371 81
Fax (035203) 379 36

→ **Verband der Absolventen**

**der landwirtschaftlichen
Fachschule Zwickau**

Werdauer Str. 70
08060 Zwickau,
Tel. (0375) 56 65 30
Fax (0375) 56 65 47

→ **Verein Ostelbien e.V.**

Bahnhofstr. 3c
04886 Beilrode
Tel. (03421) 71 82 90
Fax (03421) 71 82 90

→ **Verein Vogtländischer
Bauernmarkt e.V.**

Kastanienweg 7
08237 Rothenkirchen
Tel. (037462) 74 97
Fax (037462) 298 56

MARKTORDNUNG FÜR BAUERNMÄRKTE

(Hrsg: Direktvermarktung in Sachsen e.V.)

Mit Vorstandsbeschluss vom 13. 12. 2005 wurde für die Organisation und Durchführung von Bauernmärkten des Vereins Direktvermarktung in Sachsen e.V. die nachfolgende Marktordnung erlassen:

§ 1 Begriffserläuterung landwirtschaftliche Direktvermarkter

Nach folgenden Merkmalen werden landwirtschaftliche Direktvermarkter in Sachsen definiert:

→ Er hat einen beim zuständigen Amt für Landwirtschaft registrierten Landwirtschaftsbetrieb, gleich welcher Größe, Ausrichtung und Betriebsform. Aus betriebswirtschaftlichen Gründen aufgesplittete Unternehmen mit einer Führung (z. B. Agrargenossenschaft mit mehreren Tochter-GmbH's) zählen als ein Betrieb.

→ Er betreibt landwirtschaftliche Urproduktion (z. B. Gartenbau, Feldbau, Tierwirtschaft, Imkerei, usw.)

→ Er produziert seine Produkte selbst oder in Kooperation mit anderen landwirtschaftlichen Urproduzenten, verarbeitet sie zu Endprodukten und verkauft sie direkt an den Verbraucher (über Hofladen, Filialen, Marktstand, Verkaufsfahrzeug, usw.)

→ Ein Fremdzukauf von Rohprodukten und Hilfsmaterialien in Höhe von bis ca. 30 % vom Umsatz der Direktvermarktung gilt als nicht schädigend.

→ Zukäufe bei anderen Direktvermarktern (z. B. zur Sortimentsergänzung im Hofladen oder zur Verarbeitung) gelten als generell unschädlich.

Eine bundeseinheitliche Definition der landwirtschaftlichen Direktvermarktung gibt es derzeit nicht.

Diese Regelung wird in Sachsen allgemein anerkannt und ist auch mit den Förderrichtlinien des Sächsischen Staatsministeriums für Umwelt und Landwirtschaft speziell zur Absatzförderung der Direktvermarkter abgestimmt.

§ 2 Verantwortlichkeiten

Veranstalter und Organisator der Bauernmärkte ist der Verein Direktvermarktung in Sachsen e.V.

In Verbindung mit einem Kooperationsvertrag, der u.a. die Bestimmungen dieser Marktordnung und fördertechnische Richtlinien festlegt, kann der Direktvermarktung in Sachsen e.V. die Veranstaltungshoheit und Organisation auch an Partner übertragen. Das können natürliche oder juristische Personen sein.

Für die ordnungsgemäße Durchführung der Bauernmärkte und die Durchsetzung der Marktordnung ist der Marktleiter verantwortlich. Dieser hat an dem Markttag bezüglich des Marktgeschehens uneingeschränktes Weisungsrecht. Der Marktleiter ist identisch mit dem Veranstalter oder wird von diesem eingesetzt.

§ 3 Standorte und Marktzeiten

Die Bauernmärkte finden regelmäßig oder sporadisch über das gesamte Kalenderjahr im Freistaat Sachsen statt. Hierbei spielt keine Rolle ob das Gelände öffentlicher oder privater Besitz ist. Die Öffnungszeiten werden im Einzelfall von den Marktorganisatoren vor Ort festgelegt.

§ 4 Benutzungsverhältnisse

1) Mindestens 50 % der Anbieterplätze sind an die sächsischen landwirtschaftlichen Direktvermarkter, unabhängig von einer Mitgliedschaft im Verein Direktvermarktung in Sachsen e.V., zu vergeben.

2) Erst bei Nichtbesetzung einer Produktparte durch landwirtschaftliche Direktvermarkter können gewerbliche Anbieter zugelassen werden. Dabei steht im Vordergrund die Qualität, sächsische Herkunft und eigene Herstellung der Produkte durch den Anbieter. Gewerbliche Händler und Anbieter, die in einer oder mehreren Sparten als unlautere Konkurrenten zu den landwirtschaftlichen Direktvermarktern stehen, sind zu den Bauernmärkten nicht zugelassen.

3) Die Mitglieder des Auftraggebers Direktvermarktung in Sachsen e.V. haben bei der Anbieterwahl zu den Bauernmärkten Vorrang. Bei Mehrfachangeboten einer Sparte ist mit Rücksicht auf die Größe der Veranstaltung/ des Marktes die Entscheidung zugunsten von Haupterwerbsbetrieben zu treffen. Eine Anbieterliste ist der Geschäftsstelle des Auftraggebers vor Beginn der Veranstaltung/des Marktes zukommen zu lassen.

4) Werden vom Veranstalter und Organisator für bestimmte Märkte Teilnahmebestätigungen oder Teilnahmeverträge vergeben, so sind nur Anbieter mit diesen Dokumenten zugelassen. Liegen solche Dokumente nicht vor, kann über die Teilnahme in Einzelfällen der Marktleiter entscheiden. Dabei ist immer Abs. 1 bis 3 dieses Paragraphen zu berücksichtigen.

5) Der Marktleiter weist den Anbietern einen bestimmten Standplatz zu. Dieser darf nicht ohne Zustimmung des Marktleiters getauscht oder vergrößert werden. Ein Anspruch auf einen bestimmten Standplatz besteht nicht. Die Überlassung des Standplatzes an Dritte ist unzulässig.

6) Der Standplatz ist entsprechend den Angaben des Organistors bis vor Eröffnung des Marktes einzurichten und bis zum offiziellen Ende des Marktes verkaufsbereit zu halten. Ein vorzeitiges Abbauen ohne Zustimmung des Marktleiters ist nicht zulässig.

7) Der Veranstalter stellt für den Standplatz eine Standgebühr in Rechnung. Diese ist vom Anbieter im Vorfeld des Marktes zu begleichen oder wird am Markttag kassiert. Dafür wird dem Anbieter vom Veranstalter eine den gesetzlichen Vorschriften entsprechende Rechnung oder ein Barzahlungsbeleg ausgehändigt. Der Veranstalter ist berechtigt, die Marktteilnahme des Anbieters von der vorherigen fristgemäßen Begleichung der Standgebühr abhängig zu machen.

Nebenkosten wie Strom, Wasser, Entsorgung, Gestattung u.a. können extra in Rechnung gestellt werden.

8) Schadenersatzansprüche der Anbieter an den Veranstalter sind ausgeschlossen, wenn der Bauernmarkt aus Gründen, die nicht im Einflussbereich des Veranstalters liegen, ausfällt oder eingestellt wird oder eine Änderung von Marktstandorten erfolgt.

§5 Gegenstände des Marktverkehrs

1) Gegenstände des Marktverkehrs sind vorrangig Produkte und Erzeugnisse der sächsischen landwirtschaftlichen Direktvermarkter laut § 1.

2) Von Abs. 1 abweichende Produkte können unter Beachtung der Regelungen des § 4 Abs. 1 bis 3 vom Veranstalter zugelassen werden, wenn sie der Philosophie eines sächsischen Bauernmarktes nicht abträglich sind und zur niveauvollen Bereicherung desselben beitragen.

3) Kunst, kulturelle Einlagen sowie das Vorführen und präsentieren landwirtschaftlicher oder ländlicher Gewerke und Technik können als Umrahmung für den Bauernmarkt genutzt werden.

4) Die Einbindung und Präsentation ländlicher Verbände und Vereine zur Ausgestaltung der Bauernmärkte ist unter Berücksichtigung des nichtkommerziellen Auftretens gewünscht. Bei Auftreten dieser mit wirtschaftlichem Hintergrund und/oder Gewinnerzielungsabsicht sind diese wie Anbieter unter § 4 zu behandeln.

5) Jeder Anbieter hat sein Warensortiment mit der Teilnahmemeldung beim Veranstalter anzumelden. Zusätzliche Sortimente sowie wesentliche Änderungen in der Produktenliste sind vor dem Markt einzureichen. Der Veranstalter entscheidet über deren Zulassung.

§6 Marktaufsicht und Kontrollen

1) Die Marktaufsicht über den Bauernmarkt wird vom Marktleiter und den von ihm beauftragten Mitarbeitern ausgeübt. Die Anbieter sind verpflichtet, den Anweisungen der Marktaufsichtspersonen Folge zu leisten. Sie haben ihnen den in der Befugnis stehenden Zutritt zu ihren Ständen zu gewähren, deren Überprüfung zu gestatten sowie sachdienliche Auskünfte und Hinweise zu geben.

2) Jeder Anbieter ist für die Einhaltung der einschlägigen Vorschriften (z.B. Lebensmittelrecht, Seuchenrecht, Gewerberecht, Gaststättenrecht, Straßenverkehrsrecht usw.) selbst verantwortlich. Den Anordnungen der jeweiligen Behörden ist Folge zu leisten. Zum Marktauftritt gehört eine für Kunden und Kontrollierende gut lesbare Standauszeichnung mit mindestens Firma, Name und Adresse des Anbieters.

3) Alle zum Markt mitgebrachten Waren gelten als feilgeboten. Die Anbieter haben diese ordnungsgemäß auf kaufmännischer Grundlage anzubieten. Dazu gehören insbesondere eine den gesetzmäßigen Vorschriften entsprechende Kennzeichnung, Verpackung, Lagerung, Sortierung und Preisauszeichnung.

4) Für Waren, die nach Maß und Gewicht verkauft werden, müssen geeichte Waagen und Messeinrichtungen verwendet werden.

§5 Marktfrieden

1) Marktfrieden und Markt Ablauf dürfen nicht gestört werden. Anbieten mit Lautsprechern oder durch Ausschreien ist untersagt.

2) Es ist untersagt, unter Einfluss von Alkohol und anderen betäubenden Mitteln, Waren anzupreisen bzw. zu verkaufen.

3) Personen, die Marktfrieden und Markt Ablauf stören, können auf Zeit oder Dauer von der Marktteilnahme ausgeschlossen werden. Die Entscheidung trifft der jeweilige Veranstalter.

4) Die Anbieter haben Ihren Standplatz so abzusichern, dass keine Personen und Gegenstände beschädigt oder gefährdet, behindert oder belästigt werden.

§6 Verkehrssicherungspflicht und Haftung

1) Bis zur ordnungsgemäßen Räumung des Standplatzes übernimmt der Anbieter die Verkehrssicherungspflicht. Er stellt somit den Veranstalter sowie den Grundstückseigentümer von jeglicher Haftung gegenüber Dritten frei.

2) Jeder Anbieter haftet gegenüber Dritten sowie gegenüber dem Veranstalter für Schäden, welche um seinen Geschäftsbetrieb entstehen, nach den gesetzlichen Vorschriften.

3) Jeder Anbieter hat eine Betriebshaftpflicht abzuschließen, die das Auftreten auf Märkten einschließt. Auf Verlangen ist diese dem Veranstalter vorzulegen.

§7 Feuersicherheit und Umgang mit Energieträgern

1) Feuerstellen müssen den einschlägigen gesetzlichen Vorschriften über die Verhütung von Bränden entsprechen. Zum Entflammen und Verstärken von Feuer dürfen nur zugelassene und sichere Mittel benutzt werden.

2) Der Veranstalter stellt dem Anbieter Elektroenergie entsprechend den Angaben der Teilnahmemeldung und den lokalen Möglichkeiten an zentralen Abnahmeeinrichtungen zur Verfügung. Für die ordnungsgemäße und gefahrenfreie Verlegung seiner Energieleitung zum Stand ist jeder Anbieter selbst verantwortlich.

3) Alle mit Gas oder elektrischem Strom betriebenen Geräte, Anlagen und Leitungen haben den gültigen gesetzlichen Vorschriften zu entsprechen. Die Überprüfungspflichten dürfen den vorgeschriebenen Zeitraum nicht überschritten haben und müssen auf Verlangen des Marktleiters nachgewiesen werden.

§8 Reinhaltung und Reinigung

1) Jede Verunreinigung des Marktplatzes ist zu unterlassen. Die Anbieter haben bei Bedarf auch während des Marktbetriebes ihre Standplätze zu reinigen und für den Abfall ausreichend große Behältnisse aufzustellen.

2) Sind vom Veranstalter keine Müllcontainer bereitgestellt, ist für die ordnungsgemäße Entsorgung des Abfalls seines Standplatzes der Anbieter verantwortlich.

3) Soweit beim Betrieb des Standes Abwässer oder andere flüssige Abfälle entstehen, sind diese in geschlossenen Behältern aufzufangen und vorschriftsmäßig zu entsorgen.

INFORMATION IM INTERNET

Bundesweit tätige Institutionen und Verbände

- **Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz**
www.bmelv.de
- **Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit**
www.bvl.bund.de
- **CMA-Centrale Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft mbH**
www.cma.de
- **Deutscher Bauernverband**
www.bauernverband.de
- **Deutscher Landfrauenverband**
www.landfrauen.info
- **Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft**
www.dlg.org
- **Deutsche Gesellschaft für Ernährung**
www.dge.de
- **Bund für Ökologische Lebensmittelwirtschaft**
www.boelw.de
- **aid infodienst e.V.**
www.aid.de
- **information.medien.agrar. e.V.**
www.ima-agrar.de
- **Stiftung Ökologie und Landbau**
www.soel.de

Sachsenweit tätige Institutionen und Verbände

- **Sächsisches Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft**
www.smul.sachsen.de
- **Sächsisches Landesamt für Umwelt, Landwirtschaft und Geologie**
www.smul.sachsen.de/lfulg
- **Verein Direktvermarktung in Sachsen e.V.**
www.direktvermarktung-sachsen.de

- **Agrar-Marketing Sachsen e.V.**
www.agar-marketing-sachsen.de
- **Sächsisches Landeskuratorium Ländlicher Raum e.V.**
www.slk.de
- **Sächsischer Landesbauernverband**
www.lbv-sachsen.de
- **Sächsischer Landfrauenverband**
www.saechsischelandfrauen.de
- **Sächsischer Landverbund**
www.landverbund.de
- **Mais – Mitteldeutsche Agentur für Informationsservice GmbH**
www.mais.de
- **Deutsche Gesellschaft für Ernährung – Sektion Sachsen**
www.dge.de/sek/sachsen
- **Sachsen Geniessen**
www.sachsen-geniessen.de
www.sachsen-geniessen-milch.de
www.sachsen-geniessen-fleisch.de
www.sachsen-geniessen-fisch.de
- **Interessengemeinschaft der Erzeuger-zusammenschlüsse in Sachsen e.V.**
www.interessengemeinschaft-ige-sachsen.de
- **Bioland Hessen / Thüringen / Sachsen / Sachsen-Anhalt e.V.**
www.bioland-mitte.de
- **Demeter Sachsen**
www.demeter-im-osten.de
- **Gäa e.V. – Vereinigung ökologischer Landbau e.V. Landesverband Sachsen**
www.gaea.de
- **Naturland e.V. – Sachsen**
www.naturland.de

Gesetze, Verordnungen und sonstige Vorschriften in Sachsen

- www.revosax.sachsen.de

IMPRESSUM

Herausgeber:

Sächsisches Landesamt für Umwelt,
Landwirtschaft und Geologie (LfULG)
Pillnitzer Platz 3, 01326 Dresden

Internet:

www.landwirtschaft.sachsen.de/lfulg
E-Mail: lfulg@smul.sachsen.de

Redaktion:

Sächsisches Landesamt für Umwelt,
Landwirtschaft und Geologie
Abteilung 2 | Referat Markt, Agrarwirtschaft
Tel. (0351) 26 12-24 04, Fax (0351) 26 12-24 99
E-Mail: catrina.kober@smul.sachsen.de

Lutz-Wolfram Reiter, Sandstein Kommunikation GmbH

Redaktionsschluss:

12/2008

Fotos:

LfLUG, Sandstein Kommunikation GmbH,
Frank Grätz, Anne Wolf

Auflagenhöhe:

1 000 Exemplare

Gestaltung:

www.sandstein.de

Druck:

Druckfabrik Dresden GmbH

Bestelladresse:

siehe Redaktion

Für alle angegebenen E-Mail-Adressen gilt:
(Kein Zugang für elektronisch signierte sowie verschlüsselte elektronische Dokumente)

Verteilerhinweis

Diese Informationsschrift wird von der Sächsischen Staatsregierung im Rahmen der Öffentlichkeit herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlhelfern zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für alle Wahlen.