

Informationsmaterialien für Berufsschulen und die berufliche Bildung Landwirtschaft zum Thema „Öko-Landbau“

Übersicht der einzelnen Themen

D Agrarwirtschaft

D1 Betriebswirtschaft

D1a Umstellung	1 - 3
D1b Deckungsbeitrag (Definiton und Beispiele) grafische Darstellung	1 - 20
D1c Vergleich der Kostenstrukturen (konv. – öko.)	21
D2 Marketing		
D2a Marketing	1
D2b Vermarktungswege	2
D2c Direktvermarktung	3 - 7
D3 Recht und Kontrolle		
D3a Rechtliche Grundlagen EU-Öko-Verordnung	1 - 2 (20 S)
D3b Kontrollorgane (§ 3 - § 5 ÖLG)	3
D3c Gütezeichen/Qualitätssicherungssysteme	4 - 5
D4 Agrarpolitik		
D4a Volkswirtschaftliche Aspekte	1
D4b Fördermaßnahmen	2
D4c Nahrungsmittelqualität	3 - 5

Agribusiness - neue Märkte, neue Strategien

Reichte es in früheren Jahren, gute Qualität in ausreichenden Mengen zu produzieren, so verlangt ein modernes Agrarbusiness heutzutage neben der Produktion und dem Betriebsmanagement auch ausgefeiltes Marketing von einem landwirtschaftlichen Betriebsleiter. War es im Biolandbau schon immer wichtig, enge Kundenbeziehungen aufzubauen, dringt das Prinzip des erfolgreichen Vermarktens auch in konventionelle Betriebe zunehmend ein.

Dieses Unterrichtsthema kann somit als ideales Bindeglied zwischen konventionellem und ökologischem Anbau verwendet werden. Ob Direktvermarktung oder komplexe Verkaufsstrukturen über Zwischen- und Großhandel - ohne fundierte Grundkenntnisse der Zusammenhänge ist jede Vermarktungsform zum Scheitern verurteilt. In einem erweiterten Markt (EU), der sich äußerst dynamisch an laufende Ereignisse anpasst (BSE, Nitrofen) sind Marktbeobachtung, Kundentreue, PR-Maßnahmen häufig wertvoller als die richtige Produktionstaktik.

Werden die Schüler mit dem Thema „Öko-Landbau“ erst in späteren Lehrjahren konfrontiert (2. oder 3. Lehrjahr), empfiehlt es sich, wesentliche Grundbausteine des Marktes noch vor der Produktionslehre zu vermitteln, ganz nach dem Motto: „Nur was sich verkaufen lässt, lohnt sich zu produzieren!“

Das vorliegende Unterrichtsmaterial soll möglichst mit regionalen bzw. aktuellen Zahlen aufbereitet werden. Die Quellen dazu sind über das Informationsportal InfoFARM.de erschlossen.



Marketing - der Schlüssel zum Erfolg**Definitionen**

Marketing	die Ausrichtung der unternehmerischen Handlungen an den Erfordernissen des Marktes
Marketinginstrumente	Produktpolitik, Distributionspolitik, Preispolitik, Kommunikationspolitik
Marketingmix	<p>Kombination der 4 Maßnahmen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produktgestaltung (Produktpolitik) • Abnehmerkontakte (Distributionspolitik) • Marktbeobachtung, Preisgestaltung (Preispolitik) • Dienstleistungen, Werbung, Öffentlichkeitsarbeit (Kommunikationspolitik)
Direktvermarktung	ursprünglichste Form der Vermarktung, bei der der Erzeuger seine Produkte direkt an den Endverbraucher verkauft

Inhalte der Marketinginstrumente

Produktpolitik	Distributionspolitik	Preispolitik	Kommunikationspolitik
Persönliche Garantie; Frischequalität; ökologische Erzeugung; Spezialisierung (Marktnischenprodukte); „Einkaufen unter einem Dach“; Transparenz (gläserne Produktion)	Ab-Hof-Verkauf, Auktionen, Ab-Feld-Verkauf, Selber Ernten ab Plantage, Wochen/Bauernmärkte, Verkaufsstände am Straßenrand, Fahrverkauf, Stadt- bzw. Hofladen, Versand auf Bestellung, Automatenverkauf, Online- Shop	Niedrigpreispolitik, Hochpreispolitik, Absatzkontinuität	Anzeigen in Printmedien, Wurfzettel, Mund-zu-Mund- Propaganda, Hoffest, Mitglied in regionalen Ver- marktungseinrichtungen, Corporate Design/Identity, Sponsoring-Aktionen, Hinweisschilder, Feldtafeln

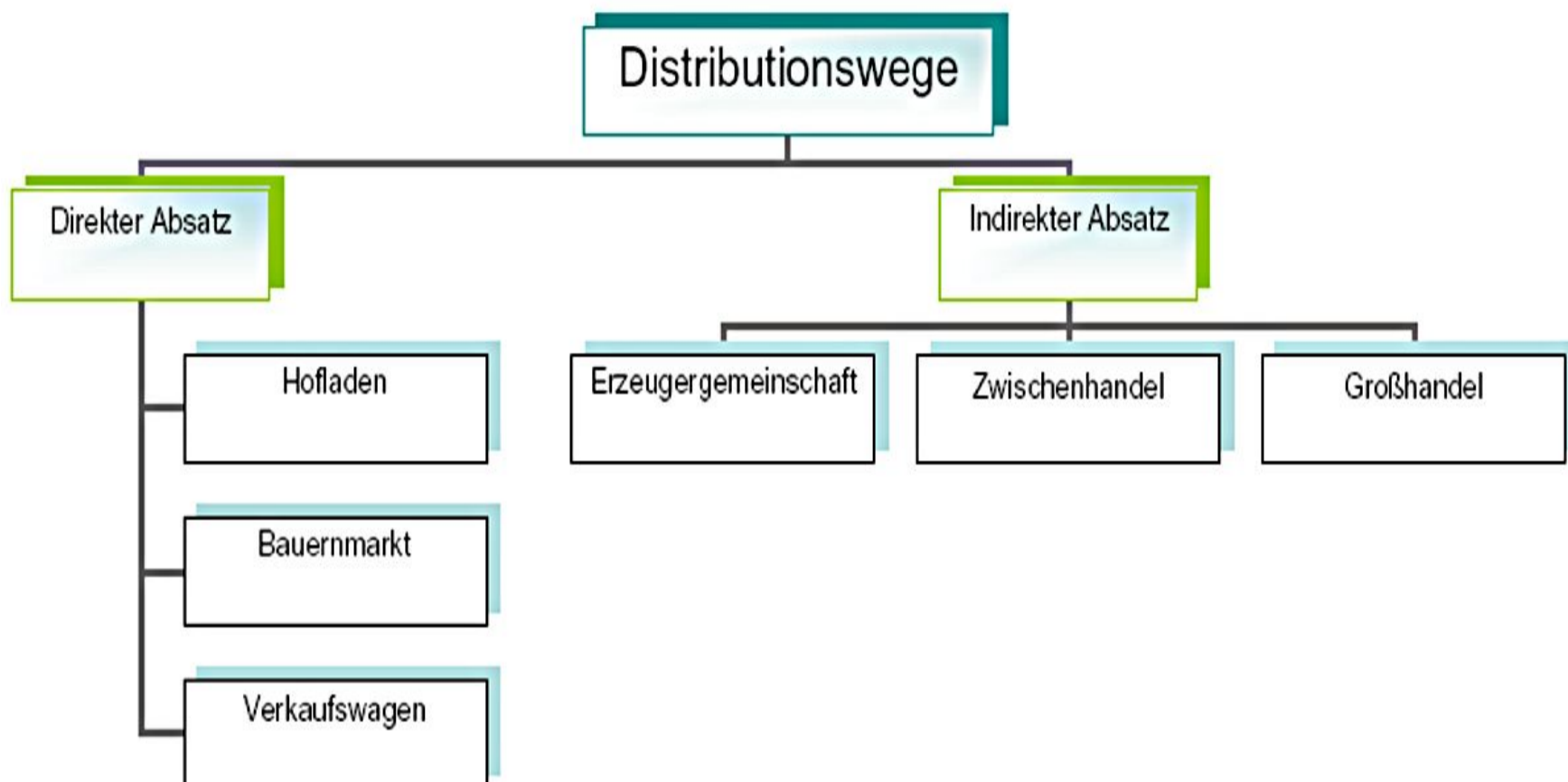
Spezielle Situation der Bio-Landwirte

Bio-Landwirte haben seit Beginn des ökologischen Landbaus einen engen Kontakt mit Verbrauchern, da Bio-Produkte zunächst fast ausschließlich direkt vermarktet wurden.



Vermarktungswege**Distributionspolitik****Absatzwege – Der Kunde steht im Mittelpunkt**

Alle Wege führen zum Kunden. Aber welcher ist der effizienteste aus Sicht des Bauern?



Die Distributionspolitik betrifft die Prozesskette vom Hersteller zum Abnehmer.

Aufgabe der Distributionspolitik ist es, die Leistung des Herstellers so umzusetzen, dass sie den Bedürfnissen des Nachfragers entspricht:

Bedürfnisse	Leistung muss deswegen:
räumlich	am Ort der Nachfrage verfügbar sein
zeitlich	jederzeit verfügbar sein
quantitativ	in bedarfsgerechten Mengen verfügbar sein
qualitativ	in bedarfsgerechten Leistungsbündeln verfügbar sein

Quelle: Martin Funk <http://www.aber-ich.de/index.html>

Direktvermarktung

Definitionen (1)

Unter **landwirtschaftlicher Direktvermarktung** wird die unmittelbare Abgabe landwirtschaftlicher Produkte durch den Erzeuger auf dem Hof, auf dem Markt, an der Tür oder über eigene Läden an den Verbraucher verstanden.

Verbraucher ist nach dem Lebensmittel- und Bedarfsgegenständegesetz (§ 6 LMBG) derjenige, an den Lebensmittel zur persönlichen Verwendung oder zur Verwendung im eigenen Haushalt abgegeben werden.

Dem Verbraucher stehen gleich:

- Gaststätten,
- Einrichtungen zur Gemeinschaftsverpflegung,
- Gewerbetreibende, so weit sie Lebensmittel zum Verbrauch innerhalb ihrer Betriebsstätte beziehen.

Marktsituation und Vermarktung

In den letzten Jahren wuchs der Markt für ökologisch erzeugte Produkte kontinuierlich, und dies obwohl der Umsatz im Lebensmitteleinzelhandel stagnierte bzw. sogar zurückging. Lebensmittelskandale in der konventionellen Landwirtschaft förderten diesen Trend – der Nitrofen-Skandal bremste jedoch das Urvertrauen der Verbraucher in den Öko-Landbau, so dass dieser nur durch intensive, kundennahe, transparente Informationspolitik auch weiterhin wachsen kann.

Marktwege

Derzeit werden ca. 3 Prozent der Nahrungsmittel als „Bio-Produkte“ vermarktet, dies entspricht im Inland einem Umsatz von ca. 3 Mrd. €. Die Vermarktungswege hatten in letzter Zeit unterschiedliche Wachstumsraten (2). Nach Einschätzung der Verbraucher werden jedoch 10 Prozent der Haushaltseinkäufe für Öko-Produkte gehalten. Mit der eindeutigen Kennzeichnung werden daher Substitutionskäufe von vermeintlichen Öko-Produkten hin zu tatsächlichen Öko-Produkten stattfinden. (3)

- 40 Prozent Naturkostläden, Reformhäuser (Steigerung ca. 10 Prozent)
- 33 Prozent konventioneller Lebensmitteleinzelhandel (stärkste Zuwachsraten)
- 15 - 20 Prozent Direktvermarkter
- der Rest verteilt sich auf Bio-Supermärkte, Öko-Kaufhäuser und ähnliche Formen

Voraussetzungen für ein erfolgreiches Marketing (1)

Für den unternehmerischen Einstieg in die Direktvermarktung müssen die Voraussetzungen stimmen. Neben den persönlichen, betrieblichen und marktspezifischen Belangen ist auch eine Reihe von rechtlichen Bestimmungen zu beachten. Sie spielen für die Betriebsorganisation, den Verbraucherschutz, die Wettbewerbsgleichheit und die Steuergerechtigkeit eine wichtige Rolle.

Quellen:

(1) Bayerisches Staatsministerium für Landwirtschaft und Forsten, Wichtige Rechtsvorschriften für die Direktvermarktung

(2) Redelberger, Hubert: Betriebsplanung im ökologischen Landbau, Bioland Verlags GmbH, 2003

(3) Ökomarkt Jahrbuch 2002, ZMP



Direktvermarktung**Liste der rechtlichen Bestimmungen**

I. Allgemeines

1. Gewerbeordnung (GewO; 6)
2. Handwerksordnung (HwO; 7)
3. Steuerrecht
4. Baurecht
5. Infektionsschutzgesetz (IfSG; 8)
6. Ladenschlussgesetz (LadSchlG; 9)
7. Eichgesetz (EichG; 10) und Fertigpackungsverordnung (FPV; 11)
8. Lebensmittel-Kennzeichnungsverordnung (LMKV; 12)
9. Preisangabenverordnung (PAngV; 11 a)
10. Lebensmittel- und Bedarfsgegenständegesetz (LMBG; 1)
11. Produkthaftungsgesetz (ProdHaftG; 12 e)
12. Ökoverordnung (EWG Verordnung Nr. 2092/91; 12 a)

II. Milch und Milcherzeugnisse

1. Verordnung über Hygiene- und Qualitätsanforderungen an Milch und Erzeugnisse auf Milchbasis – Milchverordnung (MilchVO; 13) –
2. Infektionsschutzgesetz (IfSG; 8),
3. Verordnung über Milcherzeugnisse (MilchErzV; 14),
4. Käseverordnung (KäseV; 15),
5. Butterverordnung (ButterV; 16)
6. Zusatzabgabenverordnung (ZAV; 18),
7. Verordnung über den Verkehr mit Erzeugnissen nach dem Milch- und Margarinegesetz (AV-Milch; 17).

III. Fleisch und Fleischerzeugnisse

1. Für sog. „rotes Fleisch“ (hierunter fallen z. B. Schweine, Rinder, Schafe, Ziegen, Kaninchen sowie Haarwild)
 - o Fleischhygienegesetz (FLHG; 21)
 - o Fleischhygieneverordnung (FLHV; 22),
2. Für sog. „weißes Fleisch“ (hierunter versteht man Schlachtgeflügel wie z. B. Hühner, Pute, Enten und Gänse)
 - o Geflügelfleischhygienegesetz (GFLHG; 31)
 - o Geflügelfleischhygieneverordnung (GFLHV; 32)
3. Bei der Schlachtung
 - o Tierschutzgesetz (§§ 4 a, b – TierSchG –; 19)
 - o Hackfleischverordnung (HFIV; 27)

IV. Weitere Rechtsverordnungen (Auszug)

1. Branntweinmonopol geregelt (BrwMonG; 52)
2. Verordnung über gesetzliche Handelsklassen für Speisekartoffeln (48)
3. Rückstands-Höchstmengenverordnung (RHmV; 5)
4. Honigverordnung (53)

Quelle: [Bayerisches Staatsministerium für Landwirtschaft und Forsten](#),
Wichtige Rechtsvorschriften für die Direktvermarktung



Allgemeine Rechtsvorschriften

(Stand 31.10.2001)

- | | |
|--|--|
| <p>(1) Lebensmittel- und Bedarfsgegenstände-gesetz (LMBG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 09.09.1997 (BGBl I S. 2296), zuletzt geändert durch Art. 25 des Gesetzes vom 23.10.2001 (BGBl I S. 2702);</p> <p>(2) Zusatzstoff-Zulassungs-Verordnung (ZZuV) vom 29.01.1998 (BGBl I S. 230), geändert durch Verordnung vom 13.11.2000 (BGBl I S. 1520);</p> <p>(3) Zusatzstoff-Verkehrsverordnung (ZVerkV) vom 29.01.1998 (BGBl I S. 230, 269), zuletzt geändert durch Verordnung vom 26.06.2001 (BGBl I S. 1454);</p> <p>(4) Verordnung über Stoffe mit pharmakologischer Wirkung in der Fassung der Bekanntmachung vom 25.09.1984 (BGBl I S. 1251), zuletzt geändert durch Verordnung vom 07.07.1998 (BGBl I S. 1807);</p> <p>(4 a) Lebensmittelhygiene-Verordnung (LMHV) vom 05.08.1997 (BGBl I S. 2008);</p> <p>(5) Rückstands-Höchstmengenverordnung (RHmV) in der Fassung der Bekanntmachung vom 21.10.1999 (BGBl I S. 2082) geändert durch Verordnung vom 20.11.2000 (BGBl I S. 1574);</p> <p>(6) Gewerbeordnung (GewO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 22.02.1999 (BGBl I S. 202), zuletzt geändert durch Gesetz vom 21.12.2000 (BGBl I S. 1983);</p> <p>(7) Handwerksordnung (HwO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 24.09.1998 (BGBl I S. 3074) geändert durch Gesetz vom 19.06.2001 (BGBl I S. 1046);</p> <p>(8) Gesetz zur Neuordnung seuchenrechtlicher Vorschriften (SeuchRNeuG) vom 20.07.2000 (BGBl I S. 1045);</p> <p>(8 a) Bundes-Seuchengesetz (BseuchG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 18.12.1979 (BGBl I S. 2262 und BGBl 1980 I S. 151), außer Kraft seit 01.01.2001 durch Artikel 5 des Gesetzes vom 20.07.2000 (BGBl I S. 1045)</p> <p>(9) Ladenschlußgesetz (LadSchlG) vom 28.11.1956 (BGBl I S. 875), zuletzt geändert durch Gesetz vom 30.07.1996 (BGBl I S. 1186);</p> <p>(9 a) Verordnung über den Verkauf bestimmter Waren an Sonn- und Feiertagen vom</p> | <p>21.12.1957 (BGBl I S. 1881), zuletzt geändert durch Gesetz vom 30.07.1996 (BGBl I S. 1186);</p> <p>(9 b) Ladenschlußverordnung (LSchlV) vom 29.07.1997 (GVBl S. 386, berichtigt S. 486);</p> <p>(10) Eichgesetz (EichG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 23.03.1992 (BGBl I S. 711), zuletzt geändert durch Gesetz vom 21.12.1992 (BGBl I S. 2133), nach Maßgabe des Art. 2 der Verordnung vom 18.08.2000 (BGBl I 1307);</p> <p>(11) Fertigpackungsverordnung (FPV) in der Fassung der Bekanntmachung vom 08.03.1994 (BGBl I S. 451 und S. 1307), zuletzt geändert durch Verordnung vom 28.07.2000 (BGBl I S. 1238);</p> <p>(11 a) Preisangabenverordnung (PAngV) in der Fassung der Bekanntmachung vom 28.07.2000 (BGBl I S. 1244);</p> <p>(12) Lebensmittel-Kennzeichnungsverordnung (LMKV) in der Fassung der Bekanntmachung vom 15.12.1999 (BGBl S. 2464), geändert durch Verordnung vom 08.12.2000 (BGBl I S. 1686);</p> <p>(12 a) Verordnung (EWG) Nr. 2092/91 des Rates vom 24.06.1991 über den ökologischen Landbau und die entsprechende Kennzeichnung der landwirtschaftlichen Erzeugnisse und Lebensmittel (ABl Nr. L 198/1) in der jeweils gültigen Fassung;</p> <p>(12 b) Verordnung (EWG) Nr. 207/93 der Kommission vom 29.01.1993 zur Festlegung des Inhalts des Anhangs VI der Verordnung (EWG) Nr. 2092/91 sowie der Durchführungsvorschriften zu deren Artikel 5 Absatz 4 (ABl Nr. L 25/5) in der jeweils gültigen Fassung;</p> <p>(12 c) Bekanntmachung des Bayer. Staatsministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten vom 18.09.1995 zum Vollzug der Verordnung (EWG) Nr. 2092/91 (AllMBI S. 742);</p> <p>(12 d) Neuartige Lebensmittel- und Lebensmittelzutaten- Verordnung (NLV) in der Fassung der Bekanntmachung vom 14.02.2000 (BGBl I S. 123);</p> <p>(12 e) Produkthaftungsgesetz (ProdHaftG) vom 15.12.1989 (BGBl I S. 2198), zuletzt geän-</p> |
|--|--|

dert durch Gesetz vom 02.11.2000 (BGBl I S. 1478).

Milch und Milcherzeugnisse

- (13) Verordnung über Hygiene- und Qualitätsanforderungen an Milch und Erzeugnisse auf Milchbasis (Milchverordnung – MilchVO –) in der Fassung der Bekanntmachung vom 20.07.2000 (BGBl I S. 1178);
- (14) Verordnung über Milcherzeugnisse (Milch-ErzV) vom 15.07.1970 (BGBl I S. 1150), zuletzt geändert durch Verordnung vom 14.10.1999 (BGBl I S. 2053);
- (15) Käseverordnung (KäseV) in der Fassung der Bekanntmachung vom 14.04.1986 (BGBl I S. 412), zuletzt geändert durch Verordnung vom 14.10.1999 (BGBl I S. 2053);
- (16) Butterverordnung (ButterV) vom 03.02.1997 (BGBl I S. 144), geändert durch Verordnung vom 29.01.1998 (BGBl S. 230);
- (17) Bayer. Verordnung über den Verkehr mit Erzeugnissen nach dem Milch- und Margarinegesetz (AV-Milch) vom 11.08.1994 (GVBl S. 915);
- (18) Verordnung zur Durchführung der Zusatzabgabenregelung (Zusatzabgabenverordnung) vom 12.01.2000 (BGBl I S. 27), geändert durch VO vom 19.02.2001 (BGBl I S. 230);
- (18 a) Verordnung (EWG) Nr. 536/93 der Kommission vom 09.03.1993 mit Durchführungsbestimmungen zur Zusatzabgabe im Milchsektor (ABl Nr. L 57/12) in der jeweils gültigen Fassung;
- (18 b) Verordnung über die Güteprüfung und Bezahlung der Anlieferungsmilch (Milch-Güteverordnung – MilchGüteV –) vom 09.07.1980 (BGBl I S. 878, 1081), zuletzt geändert durch Verordnung vom 03.02.1997 (BGBl I S. 144).

Fleisch und Fleischerzeugnisse Schweine-, Rind- und Schaffleisch sowie -erzeugnisse

- (19) §§ 4 a und 4 b Tierschutzgesetz (TSchG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 25.05.1998 (BGBl I S. 1105) – Schlachtrecht –;
- (20) Tierschutz-Schlachtverordnung (TierSchIV) vom 03.03.1997 (BGBl I S. 405), geändert durch Verordnung vom 25.11.1999 (BGBl I S. 2392);
- (20 a) Verordnung über das Schlachten von Tieren vom 02.01.1968 (GVBl S. 5,

BayRS7833-2-3-A), (vgl. § 21 b Tierschutzgesetz);

- (21) Fleischhygienegesetz (FIHG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 08.07.1993 (BGBl I S. 1189), zuletzt geändert durch Artikel 28 des Gesetzes vom 23.10.2001 (BGBl I S. 2702);
- (22) Fleischhygiene-Verordnung (FIHV) in der Fassung der Bekanntmachung vom 29.06.2001 (BGBl I S. 1366);
- (23) Verordnung zur fleischhygienerechtlichen Untersuchung von geschlachteten Rindern auf BSE vom 01.12.2000 (BGBl I S. 1659) zuletzt geändert durch VO vom 23.05.2001 (BGBl I S. 982);
- (24) Fleischverordnung in der Fassung der Bekanntmachung vom 21.01.1982 (BGBl I S. 89), zuletzt geändert durch Verordnung vom 14.10.1999 (BGBl I S. 2053);
- (25) Leitsätze für Fleisch und Fleischerzeugnisse der Lebensmittelbuchkommission vom 27.11.1974, veröffentlicht am 20.06.1975 (Beil. BAnz. Nr. 134) und vom 28.11.1981, veröffentlicht am 14.05.1982 (BAnz. Nr. 117 a), zuletzt geändert durch Bekanntmachung vom 31.01.1994 (BAnz Nr. 58 a);
- (26) Verordnung über die Zulassung von Nitrit und Nitrat zu Lebensmitteln vom 19.12.1980 (BGBl I S. 2313);
- (27) Hackfleischverordnung (HFIV) vom 10.05.1976 (BGBl I S. 1186), zuletzt geändert durch Verordnung vom 14.10.1999 (BGBl I S. 2053);
- (28) Verordnung über gesetzliche Handelsklassen für Schweinehälften in der Fassung der Bekanntmachung vom 16.08.1990 (BGBl I S. 1809), geändert durch Verordnung vom 23.07.1997 (BGBl I S. 1904);
- (29) Verordnung über gesetzliche Handelsklassen für Rindfleisch in der Fassung der Bekanntmachung vom 20.12.1991 (BGBl I S. 2387 und BGBl 1992 I S. 384), zuletzt geändert durch Gesetz vom 08.12.1995 (BGBl I S. 1641);
- (30) Verordnung über gesetzliche Handelsklassen für Schaffleisch vom 21.06.1993 (BGBl I S. 993).

Geflügel

- (31) Geflügelfleischhygienegesetz (GFIHG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 17.07.1996 (BGBl I S. 991), geändert durch Artikel 29 des Gesetzes vom 23.10.2001 (BGBl I S. 2702);

- (32) Geflügelfleischhygiene-Verordnung (GFIHV) vom 03.12.1997 (BGBl I S. 2786), zuletzt geändert durch Verordnung vom 29.03.2001 (Banz S. 5637);
- (36) Verordnung über Vermarktungsnormen für Geflügelfleisch in der Fassung der Bekanntmachung vom 23.12.1994 (BGBl I S. 3989);
- (37) Verordnung (EWG) Nr. 1906/90 des Rates über Vermarktungsnormen für Geflügelfleisch vom 26.06.1990 (ABl Nr. L 173/1) in der jeweils geltenden Fassung;
- (38) Verordnung (EWG) Nr. 1538/91 der Kommission vom 05.06.1991 (ABl Nr. L 143/11) mit ausführlichen Durchführungsbestimmungen zur Verordnung (EWG) 1906/90 des Rates über bestimmte Vermarktungsnormen für Geflügelfleisch in der jeweils geltenden Fassung.

Eier

- (39) Verordnung (EWG) Nr. 1907/90 des Rates über bestimmte Vermarktungsnormen für Eier vom 26.06.1990 (ABl Nr. L 173/5), in der jeweils geltenden Fassung;
- (40) Verordnung (EWG) Nr. 1274/91 der Kommission vom 15.05.1991 mit Durchführungsbestimmungen für die Verordnung (EWG) Nr. 1907/90 des Rates über bestimmte Vermarktungsnormen für Eier (ABl Nr. 121/11) in der jeweils gültigen Fassung;
- (41) Verordnung über Vermarktungsnormen für Eier in der Fassung der Bekanntmachung vom 18.01.1995 (BGBl I S. 46);
- (41 a) Verordnung über die hygienischen Anforderungen an das Behandeln und Inverkehrbringen von Hühnereiern und roheihaltigen Lebensmitteln (Hühnereier-Verordnung) vom 05.07.1994 (BAnz S. 6973), zuletzt geändert durch Verordnung vom 07.07.1998 (BGBl I S. 1807);

Getreide und Getreideerzeugnisse

- (42) DIN-Norm 10355, gegen Bezahlung erhältlich beim Boith Verlag, Burggrafstraße 6, 10787 Berlin;
- (44) Mykotoxin-Höchstmengen-Verordnung vom 02.06.1999 (BGBl I S. 1248).

Gemüse, Obst und Kartoffeln

- (45) Verordnung (EWG) Nr. 1035/72 des Rates über eine gemeinsame Marktorganisation für Obst und Gemüse vom 18.05.1972 (ABl Nr. L 118/1) in der jeweils geltenden Fassung;
- (45 a) Verordnung (EG) Nr. 2200/96 des Rates über die gemeinsame Marktorganisation für Obst und Gemüse vom 28.10.1996 (AbI. Nr. L 297/1) in der jeweils geltenden Fassung;
- (46) Verordnung über Qualitätsnormen für Obst und Gemüse vom 09.10.1971 (BGBl I S. 1637), zuletzt geändert durch Verordnung vom 27.07.2001 (BGBl I S. 2041);
- (47) Verordnung über gesetzliche Handelsklassen für frisches Obst und Gemüse vom 09.10.1971 (BGBl I S. 1640 und 1972 S. 81), zuletzt geändert durch Gesetz vom 02.08.1994 (BGBl I S. 2018);
- (48) Verordnung über gesetzliche Handelsklassen für Speisekartoffeln vom 06.03.1985 (BGBl I S. 542), zuletzt geändert durch Gesetz vom 02.08.1994 (BGBl I S. 2018).

Sonstige Rechtsvorschriften

- (49) Fruchtsaftverordnung in der Fassung der Bekanntmachung vom 17.02.1982 (BGBl I S. 193), zuletzt geändert durch Verordnung vom 14.10.1999 (BGBl I S. 2053);
- (50) Verordnung über Fruchtnektar und Fruchtsirup in der Fassung der Bekanntmachung vom 17.02.1982 (BGBl I S. 198), zuletzt geändert durch Verordnung vom 14.10.1999 (BGBl I S. 2053);
- (51) Konfitürenverordnung vom 26.10.1982 (BGBl I S. 1434), zuletzt geändert durch Verordnung vom 14.10.1999 (BGBl I S. 2053);
- (52) Gesetz über das Branntweinmonopol vom 08.04.1922 (RGGBl I S. 335, 405), zuletzt geändert durch Gesetz vom 22.12.1999 (BGBl I S. 2534).
- (53) Honigverordnung vom 13. Dezember 1976 (BGBl I S. 3391), zuletzt geändert durch VO vom 07.07.1998 (BGBl I S. 1807)