

**RICHTLINIEN FÜR DIE DACHMARKE  
„GUTES VOM BAUERNHOF“**



**DAS QUALITÄTSPROGRAMM FÜR DIE  
BÄUERLICHE DIREKTVERMARKTUNG  
IN ÖSTERREICH**

*Medieninhaber und Herausgeber: Landwirtschaftskammer Österreich*

*Schauflergasse 6, 1014 Wien*

*Projektleiter: DI Christian Jochum, Tel. 01/53441 DW 8551, Fax: 01/53441 DW 8549,*

*[c.jochum@lk-oe.at](mailto:c.jochum@lk-oe.at)*

*Druck: Eigenverlag*

*Aktuelle und überarbeitete Fassung: 2. Dezember 2011*

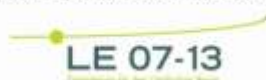
*Weitere Informationen erhalten Sie bei Ihrer Landwirtschaftskammer oder Landesorganisation  
(Adressen siehe Rubrik „Adressen“).*

*Eine Initiative des Agrar.Projekt.Verein.*

**GEFÖRDERT AUS MITTELN DER EU, DES BUNDES UND DER LÄNDER**



Europäischer Landwirtschaftsfonds  
für die Entwicklung des ländlichen  
Raums: Hier investiert Europa in  
die ländlichen Gebiete.



**LE 07-13**  
Landwirtschaft in der Österreichischen Wirtschaft



lebensministerium.at

**Liebe Direktvermarkterin,  
Lieber Direktvermarkter!**



Willkommen bei *Gutes vom Bauernhof*, dem Qualitätsprogramm für bäuerliche Direktvermarktung. Wir freuen uns, dass Sie als professionelle Direktvermarkter vielleicht schon bald die Marke *Gutes vom Bauernhof* unterstützen, indem Sie am Qualitätsprogramm teilnehmen. Seit 1998 arbeiten die besten Direktvermarktungs-Betriebe nach einheitlichen Richtlinien und sie führen seit dem Jahr 2002 die gemeinsame Dachmarke *Gutes vom Bauernhof*. Mit der Marke werden nachvollziehbare Herkunft, hervorragende Produktqualität und professionelle Vermarktung garantiert. Jeder Betrieb und jedes Produkt behalten dabei ihre Einzigartigkeit.

Die Anonymisierung industrialisierter Lebensmittel verstärkt den Wunsch nach Vertrautheit, Nähe und Heimat beim Lebensmitteleinkauf. Die regionale Herkunft und die Unverfälschtheit der Lebensmittel gewinnen zunehmend an Bedeutung. Immer mehr Konsumentinnen und Konsumenten wollen wissen woher die Rohstoffe für ihre Lebensmittel stammen und sie wollen sicher sein, dass sie sorgsam veredelt wurden. *Gutes vom Bauernhof* entspricht genau diesem Trend. Die Marke ist für Konsumentinnen und Konsumenten die Garantie für bäuerliche Produkte auf hohem Qualitätsniveau.

Unsere Produkte tragen unsere Identität. Wir zeigen unseren Kunden, wer hinter den Produkten steht. Wir lassen sie durch unsere einzigartigen und ehrlichen Produkte die Stimmung und Emotionen vom Bauernhof erleben. Daher sind wir bemüht, unsere hervorragende Produktqualität auch perfekt zu vermarkten. Auf dem Weg der Professionalisierung begleitet Sie Ihre Direktvermarktungs-Beraterin mit Unterlagen, Informationen und kompetenter Beratung.

Die vorliegende Mappe beinhaltet die Grundsätze und Richtlinien von *Gutes vom Bauernhof*. Erfüllen Sie die Voraussetzungen, so können Sie als *Gutes vom Bauernhof*-Betrieb anerkannt werden und von der Bekanntheit und Stärke der Marke profitieren.

Nutzen Sie Ihre Teilnahme am *Gutes vom Bauernhof*-Qualitätsprogramm zur Steigerung Ihres Betriebserfolges. Die Dachmarke bringt's!

Ihr



Anton Heritzer,  
Vorsitzender der Arbeitsgruppe  
Direktvermarktung der LK Österreich

Ihre

Geschäftsführerin des  
Landesverbandes für  
Direktvermarktung



<b>I. Gutes vom Bauernhof-Richtlinien</b>	<b>1</b>
1. Allgemeine Informationen	1
2. Strategische Ausrichtung der Direktvermarktung	3
3. Von der Anmeldung zur Anerkennung	4
4. Verwendung der Dachmarke	5
5. Begriffserklärung	6
6. Gesetzliche Anforderungen	7
<b>II. Betriebs- und Produktdaten</b>	<b>10</b>
1. Allgemeine Daten	10
2. Daten zum Betrieb	10
3. Angaben zur Urproduktion	12
4. Vermarktungsformen/Dienstleistungen	14
5. Produktdaten	16
6. Produktangebot – Nonfood Produkte	20
7. Prämierungen	22
8. Angaben für die Gutes vom Bauernhof-Website	23
9. Zustimmungserklärung	24
<b>III. Bewertung</b>	<b>25</b>
Bewertung des Betriebes	
1. Eigener Rohstoff	26
2. Qualifizierung und Ausbildung	27
3. Marketing und Verkauf	28
4. Qualität der Herstellung	31
Bewertung der Be- und Verarbeitung	
5. Eigene Be- und Verarbeitung	36
6. Produktqualität	37
<b>IV. Gestattungsvertrag mit Manual Corporate Design</b>	
<b>V. Hygiene und Leitlinien</b>	<b>38</b>
<b>VI. Gutes vom Bauernhof online</b>	<b>41</b>
1. Konsumenten Website	41
2. Intranet	41
3. Datenbank	42
<b>VII. Adressen</b>	<b>43</b>



## 1. Allgemeine Information

Die *Gutes vom Bauernhof*-Richtlinien mit dem Logo samt rot-weiß-roter Fahne wurden für österreichische Landwirte konzipiert. Um den Erwartungen der Konsumenten zu entsprechen, beziehen sich die Richtlinien ausschließlich auf regionale Erzeugnisse.

### 1.1 Definition Direktvermarktung

Direktvermarktung ist die Vermarktung überwiegend eigener Urprodukte oder Verarbeitungserzeugnisse an Endverbraucher, Einzelhandel, Gastronomie oder Großhandel

- im eigenen Namen,
- auf eigene Rechnung und
- auf eigene Verantwortung.

### 1.2 Was ist *Gutes vom Bauernhof*?

*Gutes vom Bauernhof* ist eine eingetragene Wort-/Bildmarke der Landwirtschaftskammer Österreich für Direktvermarktung, die an gute und kontrollierte bäuerliche Betriebe vergeben wird. *Gutes vom Bauernhof*-Betriebe garantieren die sorgfältige Produktion von Rohwaren und die handwerkliche Verarbeitung von Spezialitäten nach bewährten Rezepten und traditionellen Herstellungsweisen. Die Voraussetzungen zur Führung der Marke werden von externen Kontrollstellen bewertet und kontrolliert.

Über 1.560 Direktvermarkter in Österreich sind *Gutes vom Bauernhof*-Betriebe (Stand 05/11).

### 1.3 Wozu wurde *Gutes vom Bauernhof* eingeführt?

*Gutes vom Bauernhof* verfolgt das Ziel, eine bäuerliche **Direktvermarktung mit Garantie** zu schaffen. Die Konsumentinnen und Konsumenten von heute beschäftigen sich mit der Rückverfolgbarkeit und Herkunft von Lebensmitteln. Sie wollen echte bäuerliche Produkte. *Gutes vom Bauernhof* gibt dabei Sicherheit und schafft Vertrauen.

#### Nutzen für den Konsumenten:

- **Ursprungsgarantie:** Herkunft und Ursprung der Produkte
- **Know-How-Garantie:** Qualifizierung und Ausbildung der Direktvermarkter zu Produktion, Marketing und Verkauf
- **Servicegarantie:** Ausrichtung auf Konsumentenwünsche
- **Verarbeitungsgarantie:** Handwerkliche Verarbeitung von Spezialitäten nach bewährten Rezepten und traditionellen Herstellungsweisen
- **Qualitätsgarantie:**
  - Beste Qualität bäuerlicher Produkte
  - Qualität und Nachvollziehbarkeit in der Herstellung der Produkte
- **Große Auswahl an Direktvermarktungs-Betrieben auf hohem Qualitätsniveau**
- **Bessere Unterscheidbarkeit zwischen Bauern und Händlern**

## Nutzen für den Direktvermarkter:

- Stärkung des Konsumentenvertrauens
- Bildungsangebote für Profibetriebe
- Professionelle Öffentlichkeitsarbeit
- Klare Positionierung am Markt durch gemeinsame Werbemittel
- Kostengünstige Herstellung und Bestellung von Werbemitteln, Verpackungen, Info-Materialien etc.
- Teilnahme an Projekten und Präsentationen
- Teilnahme an Kooperationen mit Wirtschaftspartnern (Handel, Gastronomie, Naturparkprojekten, Vertriebsplattformen etc. Diese setzen immer öfter die Teilnahme am *Gutes vom Bauernhof*-Qualitätsprogramm voraus.)
- Optimierung des Angebots und dadurch verbesserte Absatzchancen
- Professionellerer Auftritt nach außen durch die Teilnahme am Qualitätsprogramm
- Hilfestellung bei der Umsetzung der rechtlichen Vorschriften
- Gute Kontakte mit Behörden durch intensivere Betreuung und Schulung
- Eingabe der Betriebe auf der gemeinsamen Homepage [www.gutesvombauernhof.at](http://www.gutesvombauernhof.at)

## Nutzen für die Öffentlichkeit (Medien, Behörden, Wirtschaftspartner, ...):

- Repräsentative Direktvermarktungs-Betriebe auf hohem Qualitätsniveau
- Homepage mit Betriebs- und Produktinformationen über Profi-Direktvermarkter [www.gutesvombauernhof.at](http://www.gutesvombauernhof.at)
- Bessere und raschere Umsetzung rechtlicher Vorschriften
- Klare Positionierung der bäuerlichen Direktvermarktung
- Gute Ausgangsvoraussetzungen bei der Teilnahme an Gemeinschaftsprojekten durch ein einheitlich hohes Qualitätsniveau

## 1.4 Wie funktioniert *Gutes vom Bauernhof*?

Bei *Gutes vom Bauernhof* wird der einzelne landwirtschaftliche Betrieb bewertet und mit der Marke *Gutes vom Bauernhof* ausgezeichnet. Die Betriebsbeurteilung erfolgt über die gesetzlichen Bestimmungen hinaus. Anhand von sechs Kriterien wird mit einem Punkteschema bewertet, wobei der Betrieb sowohl bei jedem Einzelkriterium, als auch gesamt eine Mindestpunktzahl erreichen muss.

### Bewertung des Betriebes:

- Eigener Rohstoff
- Qualifizierung und Ausbildung
- Marketing und Verkauf
- Qualität der Herstellung

### Bewertung der Be- und Verarbeitung:

- Eigene Be- und Verarbeitung
- Produktqualität

Die Bewertung des Betriebes im Bezug auf die allgemeinen Voraussetzungen erfolgt in jedem Fall. Eine Beurteilung der Be- und Verarbeitung wird nur durchgeführt, wenn Verarbeitungserzeugnisse hergestellt werden.

## 1.5 Wer steht hinter *Gutes vom Bauernhof*?

Das Konzept *Gutes vom Bauernhof* wurde von den Direktvermarktungs-ReferentInnen der Österreichischen Landwirtschaftskammern gemeinsam entwickelt und wird in den Bundesländern Burgenland, Kärnten, Niederösterreich, Oberösterreich, der Steiermark und Wien umgesetzt. Die auf Bundesebene festgelegten Mindeststandards dürfen dabei über- aber nicht unterschritten werden.

## 2. Strategische Ausrichtung der Direktvermarktung <sup>1</sup>

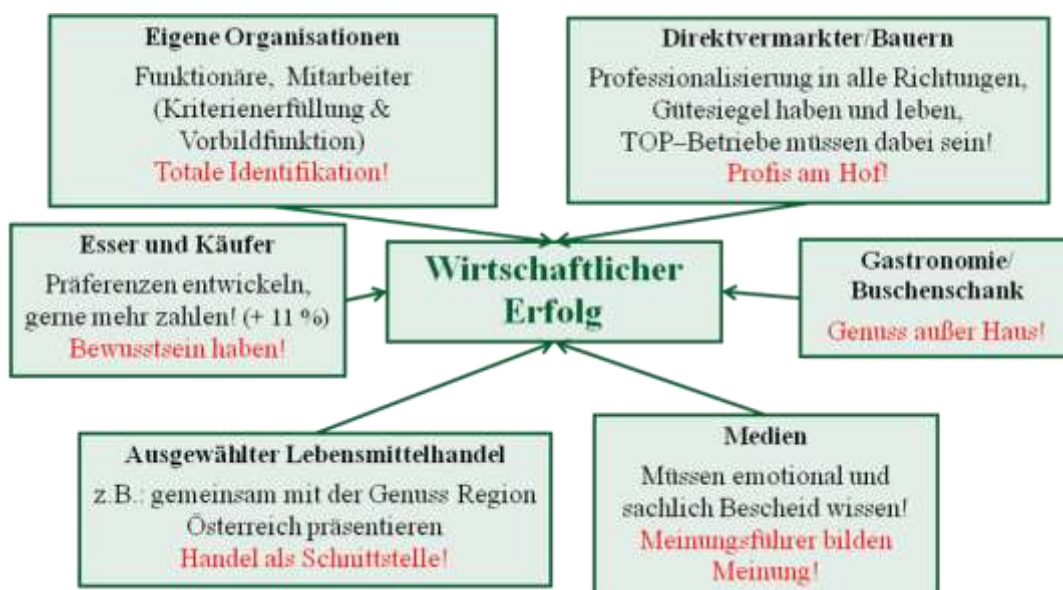
Im Rahmen des Strategiefindungsprozesses für die Direktvermarktung wurden Stärken und Schwächen analysiert und Leitsätze formuliert. Die Grundsätze sind durch die Marke *Gutes vom Bauernhof* dargelegt und umgesetzt.

Produkte direkt vom Bauernhof liegen im Trend und die Zahl der professionellen bäuerlichen Spezialitätenhersteller wächst. Dennoch sinken speziell bei Frischeprodukten die Marktanteile. Durch die Entwicklung einer Strategie für die Direktvermarktung bis 2020 sollen ein quantitatives und qualitatives Wachstum der Betriebe und eine Steigerung der Wirtschaftskraft möglich sein. Es handelt sich bei der Strategie um ein Dialogkonzept, bei dem alle Bundesländer mitmachen.

### 2.1 Stärken, die bis 2020 zu Kernkompetenzen ausgebaut werden

Qualität und Erlebnis sind Handlungsaufträge bis ins Jahr 2020. Jeder Kontakt – egal auf welchem Vertriebsweg – mit dem Direktvermarkter soll zum Erlebnis werden. *Gutes vom Bauernhof* soll dem Konsumenten Sicherheit geben, qualitativ hochwertige Produkte mit nachvollziehbarer Herkunft zu kaufen.

### 2.2 Leitsätze



<sup>1</sup> Quelle: DV Strategie 2020

## 3. Von der Anmeldung zur Anerkennung

### 3.1 Zuständigkeiten

#### **Fachgremium**

Das Fachgremium ist zuständig für die Erstellung und Änderung der Richtlinien und die fachspezifische Auslegung, die Struktur der Datenerfassung und –verwaltung und für die Weiterentwicklung der Marke. Die Sitzungen des Fachgremiums finden im Bedarfsfall, jedoch mindestens einmal jährlich statt. Das Fachgremium setzt sich aus den Direktvermarktungsreferentinnen der Landeslandwirtschaftskammern und der Landwirtschaftskammer Österreich zusammen. Entscheidungen des Fachgremiums werden durch Mehrheitsbeschlüsse getroffen.

#### **Beirat**

Die Landwirtschaftskammer Österreich richtet einen Beirat ein. Die Aufgaben des Beirates sind die Freigabe der Richtlinien, die Überwachung der korrekten Organisation und Durchführung der Bewertung. Der Beirat ist Schiedsstelle bei Uneinigkeiten und für das Verhängen von Sanktionen.

Der Beirat setzt sich aus mindestens drei Personen zusammen, welche die Bereiche Direktvermarktung, Konsumentenvertretung und Qualitätsmanagement (z.B. AMA) repräsentieren. Die Sitzungen des Beirates finden im Bedarfsfall, jedoch mindestens einmal jährlich statt.

Die **Sitzungen des Fachgremiums und des Beirates** finden auf Einladung und unter Vorsitzführung der Landwirtschaftskammer Österreich statt. Entscheidungen des Beirates beruhen auf Einstimmigkeit.

#### **Vergabestellen**

Es gibt pro Bundesland eine von der Landeslandwirtschaftskammer nominierte Stelle, die für Anmeldung, Bewertung, Vergabe der Marke, Vertragsabschluss und Ausstellung der Garantieerklärung zuständig ist (*Gutes vom Bauernhof*-Vergabestelle).

### 3.2 Ablauf

- Zusendung der Richtlinien durch die Vergabestelle an interessierte Betriebe
- Vorbewertung des Betriebes durch eine Beratungskraft anhand der Richtlinien
- Bei positiver Vorbewertung, Weiterleitung der Daten des Betriebes an die externe Kontrollfirma
- Überprüfung des Betriebes durch die externe Kontrollfirma vor Ort auf die Erfüllung der Richtlinien
- Ausstellung des Prüfberichtes durch die externe Kontrollfirma
- Bei positivem Prüfbericht, Anerkennung des Direktvermarkters als *Gutes vom Bauernhof*-Betrieb durch Abschluss des Gestattungsvertrags zwischen Vergabestelle und Direktvermarkter und Unterzeichnung der Garantieerklärung zur Einhaltung der Richtlinien durch den Betrieb
- Erlaubnis zur Verwendung der Marke für den Betrieb und dessen Produkte

- Alle zwei Jahre Aktualisierung und Übermittlung der Bewertungsbögen an die Vergabestelle durch den *Gutes vom Bauernhof*-Betrieb
- 10% Stichprobenkontrolle jährlich, davon mindestens 5% durch eine externe Kontrollfirma

### 3.3 Kosten

Die Kosten für die Erstanerkennung und die damit verbundenen Leistungen, sowie die laufende Aktualisierung der Daten werden auf Landesebene geregelt.

### 3.4 Geltungsbereich

Die Richtlinien sind ausschließlich für die Direktvermarktung von Lebensmitteln anzuwenden. Bewertet wird grundsätzlich der einzelne Betrieb. Ein Bauern- oder Hofladen bzw. ein Bauernmarkt darf nur mit *Gutes vom Bauernhof* gekennzeichnet werden, wenn alle Lieferanten mit *Gutes vom Bauernhof* ausgezeichnet sind. Für die häusliche Nebenbeschäftigung kann die Marke *Gutes vom Bauernhof* nicht verwendet werden. Die Richtlinien gelten auch für Direktvermarkter, die steuerrechtlich als Gewerbebetriebe eingestuft sind.

## 4. Verwendung der Marke *Gutes vom Bauernhof*

### 4.1 Eigentümer der Marke

*Gutes vom Bauernhof* ist eine eingetragene Wort-/Bildmarke der Landwirtschaftskammer Österreich.

### 4.2 Gestattungsvertrag

Der Gestattungsvertrag wird zwischen dem/der Direktvermarkter/in und der *Gutes vom Bauernhof*-Vergabestelle geschlossen und ist die Voraussetzung für die Verwendung der Marke.

### 4.3 Auslobung

Der einheitliche, unverwechselbare Auftritt trägt zum langfristigen Erfolg der Marke bei. Bei der Auslobung von *Gutes vom Bauernhof* ist folgendes zu beachten:

- Das Logo *Gutes vom Bauernhof* ist verpflichtend anzubringen auf Hof- oder Bauernmarkttafeln in Kombination mit dem Namen des Betriebes und auf *Gutes vom Bauernhof*-Produkten.
- Werden in Bauern- oder Hofläden, in Buschen- bzw. Mostschänken etc. *Gutes vom Bauernhof*-Produkte angeboten und ausgelobt, ist dafür zu sorgen, dass diese eindeutig von Nicht-*Gutes vom Bauernhof*-Produkten zu unterscheiden sind.
- Die Marke *Gutes vom Bauernhof* kann zusätzlich und ergänzend zu vorhandenen Markenzeichen und Logos eingesetzt werden.
- Die Weitergabe des Logos an Dritte bzw. die Verwendung durch Dritte ist verboten.
- Praktische Verwendung von *Gutes vom Bauernhof*: siehe Corporate Design-Manual

- Die Bezugsquelle für sämtliche Werbemittel, die ausschließlich für *Gutes vom Bauernhof*-Betriebe erhältlich sind, ist im Adressteil angeführt.
- Zur Stärkung der Bekanntheit der Marke wird erwartet, dass Gutes vom Bauernhof-Betriebe auch auf selbst gestalteten Werbemitteln (Folder, Plakate, Homepages etc.) das Logo *Gutes vom Bauernhof* abbilden.
- Wer eine eigene Homepage hat, sollte das Logo verwenden und die eigene Seite mit der *Gutes vom Bauernhof*-Homepage verlinken. Umgekehrt ist auf der *Gutes vom Bauernhof*-Homepage zu jedem Betrieb mit individueller Homepage, ein Link gesetzt.

## 4.4 Garantieerklärung

Durch die Garantieerklärung wird dem Konsumenten dargelegt, dass der Betrieb als anerkannter bäuerlicher Direktvermarkter am *Gutes vom Bauernhof*-Qualitätsprogramm teilnimmt und die Berechtigung zur Führung der Marke *Gutes vom Bauernhof* erlangt hat. Der Betrieb verpflichtet sich gegenüber dem Konsumenten, dem Markeneigentümer (Landwirtschaftskammer Österreich) und der Vergabestelle (Landeslandwirtschaftskammer) die sechs Bewertungskriterien einzuhalten.

## 4.5 Sanktionen

Bei geringfügigen Abweichungen (z.B. bauliche Mängel) die behebbar sind, werden anlassbezogen Maßnahmen verlangt (Landeskompetenz). Bei schweren Verstößen (z.B. Betrug, missbräuchliche Verwendung des Logos) wird der Betrieb durch Kündigung des Vertrages von der Teilnahme am Qualitätsprogramm ausgeschlossen. Die Gestattung zur Führung der Marke *Gutes vom Bauernhof* und die Garantieerklärung werden entzogen. Für diese Sanktion wird der Beirat befasst. Sämtliche Kosten, die durch das Entfernen des Logos entstehen, trägt der Betrieb.

## 5. Begriffserklärung

### Direktvermarktung

Ein Landwirt ist Direktvermarkter, wenn er im eigenen Namen, auf eigene Verantwortung und auf eigene Rechnung seine Produkte zumindest zu einem Teil direkt an Endverbraucher, Gastronomie, Einzelhandel oder Großhandel verkauft.

### Eintragung = behördliche Registrierung:

Jeder, der mit Lebensmitteln umgeht, muss behördlich registriert sein. Das heißt, er muss als Lebensmittelunternehmer eingetragen sein.



Jeder Landwirt ist Lebensmittelunternehmer und mit seiner LFBIS-Nummer automatisch als Lebensmittelunternehmer eingetragen, das heißt behördlich registriert.

Die Eintragung als Lebensmittelunternehmer ist ausreichend für Betriebe die,

- jährlich weniger als 10.000 Stück Geflügel oder 5.000 Stück Kaninchen in ihrem Unternehmen schlachten und diese direkt an den Endverbraucher oder an örtliche Einzelhandelsunternehmen abgeben;
- Geflügel und Kaninchen in landwirtschaftlichen Gemeinschaftsanlagen schlachten (unter Einhaltung bestimmter Bedingungen);
- Fleisch und Fleischerzeugnisse innerhalb Österreichs und an den Endverbraucher, die Gastronomie oder den Einzelhandel vermarkten; vorausgesetzt, die Schlachtung erfolgt nicht am eigenen Betrieb;
- Milch und Milcherzeugnissen herstellen und die Produkte direkt an den Endverbraucher, die Gastronomie oder den Einzelhandel innerhalb Österreichs abgeben;
- Eier aus eigener Produktion vermarkten. Werden die Eier auch sortiert, so reicht die Eintragung für Betriebe, die weniger als 2.000 Legehennen halten.

## **Zulassungspflicht:**

Für Lebensmittelunternehmer, die Lebensmittel tierischen Ursprungs produzieren besteht Zulassungspflicht.

Konkret besteht Zulassungspflicht für Betriebe, die

- Rinder, Schweine, Schafe, Ziegen, Pferde und Farmwild schlachten;
- jährlich mehr als 10.000 Stück Geflügel oder 5.000 Stück Kaninchen schlachten;
- Geflügel oder Kaninchen aus nicht eigener Produktion schlachten und vermarkten;
- Fleisch oder Fleischerzeugnisse herstellen und ins Ausland oder an den Großhandel vermarkten;
- pasteurisierte Trinkmilch oder nicht fermentierte Flüssigmilcherzeugnisse aus Rohmilch herstellen;
- Milcherzeugnissen produzieren und ins Ausland oder an den Großhandel liefern;
- Eis aus Rohmilch herstellen;
- Milch für die Verarbeitung zukaufen;
- Eipackstellen, die selbst mehr als 2.000 Legehennen halten, oder Eier zukaufen oder nach Größe und Gewicht sortierte Eier an den Großhandel oder ins Ausland liefern.

Erfordernisse für die Zulassung:

- Antragstellung auf Zulassung, gemäß Zulassungsverordnung bei der Bezirkshauptmannschaft
- Kontrolle vor Ort, durch die zuständige Lebensmittel- oder Veterinäraufsicht
- Bescheid durch Behörde und Zuteilung einer Zulassungsnummer
- Aufnahme der Tätigkeit

## **6. Gesetzliche Anforderungen**

Die Erfüllung der gesetzlichen Anforderungen ist Grundvoraussetzung für die Bewertung des Betriebes.

Ein Direktvermarktungsbetrieb ist Landwirt und Lebensmittelunternehmer und hat daher eine Reihe an gesetzlichen Vorschriften zu erfüllen.

Die wichtigsten Vorgaben sind:

In der Urproduktion:

- Cross Compliance
- Tierschutz

Im Umgang mit Lebensmitteln bzw. in der Verarbeitung:

- Gewerbeordnung (siehe Intranet)
- Hygiene- und Lebensmittelrecht (siehe Kapitel Hygiene)

Im Verkauf:

- Lebensmittelkennzeichnung (siehe Intranet)

## 6.1 Einige wichtige gesetzliche Vorschriften:

### **Transparenz über Zukäufe von Tieren, Futtermitteln, Saatgut und Pflanzen**

Die **Rückverfolgbarkeit** im Rahmen der Cross Compliance soll sicherstellen, dass im Krisenfall nicht sichere Lebensmittel möglichst rasch vom Markt genommen werden können und die Ursache dafür ermittelt werden kann. Jeder Lebensmittelunternehmer, und somit jeder Landwirt, muss auch ohne Anlassfall wissen und belegen können, was er woher bezogen bzw. an wen geliefert hat (ausgenommen Endverbraucher).

Die Rückverfolgbarkeit ist gewährleistet, wenn anhand von Belegen (z.B. Rechnungen, Lieferscheine, Wiegescheine, Milchgeldabrechnungen) dokumentiert werden kann, was an Waren bezogen bzw. verkauft wurde (z.B. Futtermittel, lebende Tiere, Saatgut, Düngemittel). Dazu kann auch ein Eigenbeleg (Datum, Produkt, Menge, Abnehmer/Lieferant) angefertigt werden.

### **Dokumentation von Arzneimittelanwendungen**

Die **Anwendung von Tierarzneimitteln** durch den Tierarzt oder durch den Tierhalter ist gesetzlich geregelt (Cross Compliance). Der Tierarzt hat im Zuge jeder Arzneimittelanwendung den Zeitpunkt und die Art der verordneten oder durchgeführten Behandlung, die Art und Menge des Tierarzneimittels, das Abgabedatum, Name und Anschrift des Tierarztes, genaue Angaben zur Identität der behandelten Tiere, sowie die jeweiligen Wartezeiten in das Behandlungsregister (entspricht den Arzneimittelabgabebelegen) einzutragen. Weiters hat der Tierarzt alle an den Tierhalter abgegebenen Arzneimittel mit einer Signatur auf dem Behältnis zu versehen, auf der Name und Anschrift des Tierarztes sowie das Abgabedatum vermerkt sind. Der Tierhalter ist verpflichtet, den Zeitpunkt und die Art der Nachbehandlung der Tiere in das betriebseigene Register einzutragen, sofern dies nicht durch den Tierarzt erfolgt ist. Die vom Tierarzt ausgehändigten Arzneimittelabgabebelege sind im Betriebsregister zu sammeln. Die genannten Aufzeichnungen sind vom Tierarzt bzw. dem Tierhalter fünf Jahre aufzubewahren. Die entsprechenden Wartezeiten sind einzuhalten und die in Wartezeit befindlichen Tiere müssen eindeutig identifizierbar sein (z.B. Kennzeichnung mittels Fesselband, Vermerk im Bestandsverzeichnis, getrennte Aufstallung, Farbstriche). Es dürfen nur Tiere für die Vermarktung geschlachtet werden, bei denen die vorgeschriebene Wartezeit eingehalten worden ist. Ebenso müssen die erforderlichen Wartezeiten für Produkte (z.B. Milch) eingehalten werden.

Der Tierhalter darf ausschließlich Tierarzneimittel in seinem Besitz haben und anwenden, die ihm von seinem behandelnden Tierarzt im Rahmen der gesetzlichen Bestimmungen überlassen wurden.

## Ordnungsgemäße Lagerung von Arzneimitteln

Die Lagerung von Tierarzneimitteln hat getrennt von Lebensmitteln, sauber und geordnet zu erfolgen – falls erforderlich in einem Kühlschrank.

## Cross Compliance

Wenn Cross Compliance amtlich überprüft wurde, liegen Kontrollbelege vor. Diese müssen bei einer externen Bewertung und Kontrolle vorgelegt werden.

Cross Compliance Überprüfung		
Hat eine Cross Compliance Überprüfung am Betrieb stattgefunden?	<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> nein
Wenn ja: Welche Cross Compliance-Bestimmung wurde überprüft? .....		
War die Überprüfung in Ordnung?	<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> nein

*Weiterführende Information:* Cross Compliance - Einhaltung anderweitiger Verpflichtungen, Merkblatt 2010 ([www.ama.at](http://www.ama.at) / ...die Seite für die Landwirtschaft / Merkblätter / Cross Compliance); Leitlinien zur Rückverfolgbarkeit in der Landwirtschaft der österreichischen Codex-Kommission vom September 2004 ([www.bmg.gv.at](http://www.bmg.gv.at))

## Eigenkontrollsystem

Bei der externen Bewertung muss auf jeden Fall überprüft werden, ob für die Herstellung von Direktvermarktungsprodukten ein betriebliches Eigenkontrollsystem besteht.

Eigenkontrollsystem			
Hat der Direktvermarkter eine „Eigenkontrollsystem“ für seinen Betrieb etabliert?		<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> nein
Am Betrieb wird...	ein Eigenkontrollsystem gemäß der jeweiligen Hygiene-Leitlinie umgesetzt	<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> nein
	ein eigens erstelltes betriebsindividuelles Eigenkontrollsystem umgesetzt.	<input type="radio"/> ja	<input type="radio"/> nein

Im Kapitel Hygiene sind Informationen zu weiterführenden Unterlagen zur Umsetzung der Eigenkontrolle der lebensmittelrechtlichen Anforderungen zu finden. Die jeweilige Hygiene-Leitlinie bzw. Handbücher (mit Checklisten für Räume, Einrichtungen, Geräte, Reinigungs- und Desinfektionsplan, Schädlingsbekämpfungsplan, Kühlraum) sind im Register Hygiene hinzugefügt oder können bei der Vergabestelle angefordert werden.



## 1. Allgemeine Daten

<b>Name der Ansprechperson (Anrede, Titel, Vor- und Zuname)</b>	
<b>Vulgo-Name, Betriebsname</b>	
<b>Betriebsanschrift</b>	
Adresse: .....	
PLZ/Ort: .....	
Bezirk: .....	
Bundesland: .....	
Telefonnummer: .....	
Faxnummer: .....	
Handynummer: .....	
E-Mail: .....	
Homepage: .....	
<b>LFBIS-Nummer</b>	
<b>Anzahl der Arbeitskräfte, die in der Direktvermarktung beschäftigt sind</b>	

## 2. Daten zum Betrieb

<b>Bewirtschaftungsform</b>		
<input type="radio"/> konventionell	<input type="radio"/> biologisch	
	Bioverband: .....	
<b>Erwerbsform</b>		
<input type="radio"/> Vollerwerb	<input type="radio"/> Nebenerwerb	<input type="radio"/> Sonstiges



Ich bin Wirtschaftskammer-Mitglied				
<input type="radio"/> Ja → <input type="checkbox"/> Sparte Handel <input type="checkbox"/> Sparte Gastronomie <input type="checkbox"/> Sonstige Sparte: .....				
Erwirtschafteter Umsatz in der Be- und Verarbeitung				
<input type="radio"/> Umsatz bis € 33.000,- <input type="radio"/> Umsatz über € 33.000,- <input type="radio"/> keine Angaben				
Teilnahme an landwirtschaftlichen Programmen				
<input type="radio"/> Gutes vom Bauernhof		<input type="radio"/> Ländle Bur		<input type="radio"/> Tiroler Speis aus Bauernhand
<input type="radio"/> AMA-Gütesiegel		<input type="radio"/> ggA		<input type="radio"/> gU
<input type="radio"/> Global GAP		<input type="radio"/> Gentechnikfreie Produktion laut Codex		<input type="radio"/> TGD-Mitgliedschaft
<input type="radio"/> Top Heuriger	<input type="radio"/> Verein "Der Wiener Heuriger"	<input type="radio"/> Top Mostschenke	<input type="radio"/> Ausgezeichneter Buschenschank	<input type="radio"/> Genuss Buschenschank
<input type="radio"/> GenussRegion-Lizenzpartner GenussRegion: .....				
<input type="radio"/> Teilnahme an ÖPUL-Maßnahmen Wenn ja, welche: ..... ..... ..... .....				
<input type="radio"/> Teilnahme an weiteren Programmen / Qualitätsprogrammen: ..... .....				
Trinkwasser				
<input type="radio"/> öffentliche Wasserversorgung				
<input type="radio"/> eigene Quelle/Hausbrunnen → Befund erforderlich Letzter Trinkwasser-Befund aus dem Jahr: .....(JJJJ)				
Wann war Ihre letzte Hygieneschulung? (auch online unter <a href="http://www.hygiene-schulung.at">www.hygiene-schulung.at</a> möglich)				
Datum vom letzten Schulungsnachweis: .....(JJJJ)				

**Hat Ihr Betrieb eine Hygiene-Zulassung durch die Veterinärbehörde oder Lebensmittelaufsicht?**

- ja, Zulassungsnummer: ..... →  
 für Milch →  Rind  Schafe  Ziege  Sonstiges  
 für Fleisch →  Schwein  Rind  Schaf  Sonstiges  
 für Eipackstellen (bei mehr als 2.000 Legehennen)

**Führen Sie Einzeleikennzeichnung durch?** (nur bei Vermarktung von Eiern)

ja, Erzeugercode .....

### 3. Angaben zur Urproduktion

Bewirtschaftete Eigen- und Pachtflächen		Tiere	
.....	ha Ackerfläche	.....	Schweinemastplätze
.....	ha Grünland	.....	Rindermastplätze
.....	ha Feldgemüse	.....	Kälbermastplätze
.....	ha Kulturen unter Glas	.....	Milchkühe
.....	ha Kulturen unter Folientunnel	.....	Milchziegen
.....	ha Edelobstanlagen	.....	Mutterziegen
.....	ha Streuobstanlagen	.....	Milchschafe
.....	ha Almfläche	.....	Mutterschafe
.....	ha Waldfläche	.....	Legehennen
.....	ha Teichflächen	.....	Mastgeflügel
.....	ha Weinbau	.....	Bienenstöcke (Völker)
.....		.....	Fische
Sonstiges und zusätzlich genutzte Flächen		Sonstige Tierarten:	



Jahresenergieverbrauch für geschützte Kulturen (Energieart/Menge)			
Zukauf			
<input type="checkbox"/> Pflanzenzukauf	<input type="checkbox"/> Saatgutzukauf	<input type="checkbox"/> Futtermittelzukauf → gentechnikfrei: <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein stammt aus: <input type="checkbox"/> Österreich <input type="checkbox"/> der EU <input type="checkbox"/> der restlichen Welt	
Produktionsmengen Direktvermarktung/Jahr			
.....	Stk. Schweine	.....	kg Frischgemüse
.....	Stk. Rinder	.....	Stk. Eier
.....	Stk. Kälber	.....	Liter Säfte
.....	Stk. Geflügel	.....	Liter Most
.....	Stk. Schafe/Lämmer	.....	Liter Wein
.....	Stk. Ziegen/Kitze	.....	Liter Edelbrände
.....	Liter Milch (D-Quote)	.....	Liter Likör
.....	kg Getreide	.....	Liter Essig
.....	kg Brot	.....	Liter Öl
.....	kg Frischobst	.....	kg Honig
Sonstiges:			

## 4. Vermarktungsformen/Dienstleistungen

Vermarktungsformen/ Dienstleistungen	Öffnungszeiten & Details
<input type="radio"/> <b>Ab Hof-Verkauf</b>	
<input type="radio"/> <b>Hofladen</b> <input type="checkbox"/> Betreiber <input type="checkbox"/> Lieferant	
<input type="radio"/> <b>Bauernladen</b> <input type="checkbox"/> Betreiber <input type="checkbox"/> Lieferant	
<input type="radio"/> <b>Bauernecke</b>	
<input type="radio"/> <b>Bauernmarkt</b> <input type="checkbox"/> eigener Stand <input type="checkbox"/> Lieferant	
<input type="radio"/> <b>Buschen-/Mostschank</b> <input type="checkbox"/> Betreiber → <input type="radio"/> bäuerlich <input type="radio"/> gewerblich <input type="radio"/> Wein <input type="radio"/> Most  <input type="checkbox"/> Lieferant	
<input type="radio"/> <b>Zustellung</b>	
<input type="radio"/> <b>Einzelhandel-Belieferung</b>	
<input type="radio"/> <b>Gastronomie-Belieferung</b>	
<input type="radio"/> <b>Schulmilch-Produzent</b>	



## Betriebs- und Produktdaten

<input type="checkbox"/> <b>Bäuerliche Schuljause</b>	
<input type="checkbox"/> <b>Internetbestel- lung/Online-Shop</b>	
<input type="checkbox"/> <b>Versand</b>	
<input type="checkbox"/> <b>Milchautomat</b>	
<input type="checkbox"/> <b>Buffets/Kalte Platten</b> <input type="checkbox"/> bäuerlich <input type="checkbox"/> gewerblich	
<input type="checkbox"/> <b>Kochschule/ Degustationen</b>	
<input type="checkbox"/> <b>Schule am Bauernhof</b>	
<input type="checkbox"/> <b>Urlaub am Bauernhof</b>	
<input type="checkbox"/> <b>Schau-Bauernhof</b>	
<input type="checkbox"/> <b>Exkursionsbetrieb</b>	
<input type="checkbox"/> <b>Vermietung von Veran- staltungsräumlichkeiten</b>	
<input type="checkbox"/> <b>Andere</b>	

## 5. Produktdaten

<b>Brot/Backwaren</b>	
<input type="radio"/> Brot zusätzliche Produktdetails:	<input type="radio"/> Mehlspeisen zusätzliche Produktdetails:
<input type="radio"/> Gebäck zusätzliche Produktdetails:	<input type="radio"/> Kekse zusätzliche Produktdetails:
<input type="radio"/> Sonstige: zusätzliche Produktdetails:	
<b>Eier</b>	
<input type="radio"/> Hühnereier zusätzliche Produktdetails:	<input type="radio"/> Sonstige: zusätzliche Produktdetails:
<b>Essig</b>	
<input type="radio"/> Sorte/n: zusätzliche Produktdetails:	
<b>Fisch</b>	
<input type="radio"/> Forelle zusätzliche Produktdetails:	<input type="radio"/> Saibling zusätzliche Produktdetails:
<input type="radio"/> Karpfen zusätzliche Produktdetails:	<input type="radio"/> Sonstige: zusätzliche Produktdetails:



<b>Fleisch/Fleischprodukte</b>	
<input type="radio"/> Schwein zusätzliche Produktdetails:	<input type="radio"/> Farmwild zusätzliche Produktdetails:
<input type="radio"/> Rind zusätzliche Produktdetails:	<input type="radio"/> Strauß zusätzliche Produktdetails:
<input type="radio"/> Kalb zusätzliche Produktdetails:	<input type="radio"/> Pferd zusätzliche Produktdetails:
<input type="radio"/> Schaf/Lamm zusätzliche Produktdetails:	<input type="radio"/> Kaninchen zusätzliche Produktdetails:
<input type="radio"/> Ziege/Kitz zusätzliche Produktdetails:	<input type="radio"/> Geflügel zusätzliche Produktdetails:
<input type="radio"/> Sonstige: zusätzliche Produktdetails:	
<b>Gemüse</b>	
<input type="radio"/> Frischgemüse zusätzliche Produktdetails:	<input type="radio"/> Pilze zusätzliche Produktdetails:
<input type="radio"/> Gemüseerzeugnisse/Sauergemüse zusätzliche Produktdetails:	<input type="radio"/> Sonstige: zusätzliche Produktdetails:



<b>Getränke</b>	
<input type="radio"/> Saft zusätzliche Produktdetails:	<input type="radio"/> Edelbrand zusätzliche Produktdetails:
<input type="radio"/> Most/Cider zusätzliche Produktdetails:	<input type="radio"/> Likör zusätzliche Produktdetails:
<input type="radio"/> Wein zusätzliche Produktdetails:	<input type="radio"/> Bier zusätzliche Produktdetails:
<input type="radio"/> Schaumwein zusätzliche Produktdetails:	<input type="radio"/> Sonstige: zusätzliche Produktdetails:
<b>Getreide/Getreideprodukte</b>	
<input type="radio"/> Getreide zusätzliche Produktdetails:	<input type="radio"/> Getreideprodukte zusätzliche Produktdetails:
<b>Imkereiprodukte</b>	
<input type="radio"/> Honig zusätzliche Produktdetails:	<input type="radio"/> Wachs zusätzliche Produktdetails:
<input type="radio"/> Getränke zusätzliche Produktdetails:	<input type="radio"/> Sonstige: zusätzliche Produktdetails:



<b>Kerne/Samen/Nüsse</b>	
zusätzliche Produktdetails:	
<b>Kräuter/Gewürze/Tee bzw. teeähnliche Erzeugnisse</b>	
<input type="checkbox"/> Frische Kräuter zusätzliche Produktdetails:	<input type="checkbox"/> Gewürze zusätzliche Produktdetails:
<input type="checkbox"/> Kräuterprodukte zusätzliche Produktdetails:	<input type="checkbox"/> Tee bzw. teeähnliche Erzeugnisse zusätzliche Produktdetails:
<input type="checkbox"/> Sonstige: zusätzliche Produktdetails:	
<b>Milch und Milchprodukte</b>	
<input type="checkbox"/> Kuh zusätzliche Produktdetails:	<input type="checkbox"/> Stute zusätzliche Produktdetails:
<input type="checkbox"/> Schaf zusätzliche Produktdetails:	<input type="checkbox"/> Ziege zusätzliche Produktdetails:
<b>Obst/Obstprodukte</b>	
<input type="checkbox"/> Frischobst zusätzliche Produktdetails:	<input type="checkbox"/> Obsterzeugnisse zusätzliche Produktdetails:

<b>Öle</b>	
<input type="checkbox"/> Sorte/n: zusätzliche Produktdetails:	
<b>Teigwaren</b>	
<input type="checkbox"/> Sorte/n: zusätzliche Produktdetails:	

## 6. Produktangebot – Nonfood Produkte

<b>Christbäume</b>	
zusätzliche Produktdetails:	
<b>Felle/Wolle/Federn</b>	
<input type="checkbox"/> Felle zusätzliche Produktdetails:	<input type="checkbox"/> Federn zusätzliche Produktdetails:
<input type="checkbox"/> Wolle zusätzliche Produktdetails:	<input type="checkbox"/> Sonstige: zusätzliche Produktdetails:
<b>Geschenke</b>	
zusätzliche Produktdetails:	



<b>Handwerk</b>	
zusätzliche Produktdetails:	
<b>Kosmetik</b>	
zusätzliche Produktdetails:	
<b>Pflanzen</b>	
zusätzliche Produktdetails:	
<b>Tierfutter/Einstreu</b>	
<input type="radio"/> Tierfutter zusätzliche Produktdetails:	<input type="radio"/> Einstreu zusätzliche Produktdetails:
<b>Sonstiges:</b>	

## 7. Prämierungen

GenussKrone Finalist/Sieger		
Finalist/Sieger	Produkt	Jahr (JJJJ)

Produktprämierungen (Brot, Fischprodukte, Käse, Obstprodukte, Rohpökelwaren, Kernöl, Kochschinken....)			
Prämierung	Produkt	Jahr (JJJJ)	Auszeichnung



## 8. Gutes vom Bauernhof-Website

### Eintrag auf der Gutes vom Bauernhof-Website

Allgemeine Betriebsbeschreibung (etwa 50 Wörter):

Anfahrtsweg zu Ihrem Betrieb:



## 9. Zustimmungserklärung zur Datenverwendung gem. § 8 Abs. 1 Z 2 DSG 2000 für die *Gutes vom Bauernhof*-Datenbank

Zur Umsetzung der Richtlinie *Gutes vom Bauernhof* ist es erforderlich, dass die Daten über die Teilnehmer am Programm von der Präsidentenkonferenz der Landwirtschaftskammern Österreichs, ZVR-Zahl 729518421, kurz: LKÖ, gemäß den Bestimmungen des Datenschutzgesetzes – DSG 2000, BGBl. I Nr. 165/1999 i.d.g.F., automationsunterstützt von der LKÖ und von ihr beauftragte Stellen verwendet werden dürfen. Ein regelmäßiger Datenabgleich mit den in den Datenbanken der Agrarmarkt Austria gespeicherten Informationen soll darüber hinaus gewährleisten, dass die Teilnehmerdaten aktuell sind.

1. Ich erkläre meine ausdrückliche Zustimmung, dass die LKÖ und von ihr beauftragte Stellen meine angeführten Betriebs- und Produktdaten für die Umsetzung der LKÖ-Richtlinie *Gutes vom Bauernhof* automationsunterstützt verwenden.
2. Ich erkläre meine ausdrückliche Zustimmung, dass folgende Daten – ausschließlich zum Zwecke des Datenabgleichs – aus den Datenbanken der Agrarmarkt Austria (AMA) an die LKÖ oder von ihr beauftragte Stellen übermittelt werden:
  - Allgemeine Daten: LFBIS-Nummer, Vor- und Nachname, Titel, Wohnanschrift, Bezirk, Bundesland, Telefonnummer (Fax, Mobil), E-Mail
  - Daten zum Betrieb: Bewirtschaftungsform (biologisch/konventionell), ÖPUL-Maßnahmen
  - Angaben zur Urproduktion:  
Flächenübersicht (in ha): Ackerfläche, Grünlandfläche, Kulturen unter Glas, Kulturen unter Folientunnel, Obstanlagen, Streuobst, Almflächen, Teichflächen, Weinbau  
Tierinformation (Stückzahl): Schweinemastplätze, Milchkühe, Milchziegen, Mutterschafe, Legehennen, Bienenstöcke (Bio), Fische (Aquakultur)
3. Ich erkläre meine ausdrückliche Zustimmung, dass folgende Daten von der LKÖ oder von ihr beauftragte Stellen
  - a. auf der „**Gutes vom Bauernhof**“-Website veröffentlicht werden.  
 ja    nein (bitte ankreuzen)
    - Allgemeine Daten: Ansprechperson, Vulgo-Name, Betriebsname, Betriebsanschrift
    - Daten zum Betrieb: Bewirtschaftungsform, Teilnahme an landwirtschaftlichen Programmen
    - Vermarktungsformen/Dienstleistungen
    - Produktdaten
    - Prämierungen
    - Allgemeine Betriebsbeschreibung
    - Anfahrtsweg zum Betrieb
    - Bilddateien
  - b. an die **LK Konsument-Website** ([www.lk-konsument.at](http://www.lk-konsument.at)) übermittelt werden, wo sie veröffentlicht werden:  
 ja    nein (bitte ankreuzen)
    - Allgemeine Daten: Ansprechperson, Vulgo-Name, Hofname, Betriebsanschrift, LFBIS-Nummer (nur zur internen Verwaltung, scheint nicht auf der Website auf)
    - Daten zum Betrieb: Bewirtschaftungsform, Teilnahme an landwirtschaftlichen Programmen: Gutes vom Bauernhof, Ländle Bur, Tiroler Speis aus Bauernhand, Top Heuriger
    - Vermarktungsformen/Dienstleistungen: Hofladen, Bauernladen, Bauernmarkt, Buschen-/Mostschank, Zustellung, Schulmilch-Produzent, bäuerliche Schuljause, Versand, Milchautomat, Andere
    - Produktdaten
    - Allgemeine Betriebsbeschreibung
    - Anfahrtsweg
    - dazu gehörende Bilddateien
4. Ich kann diese Zustimmungserklärung jederzeit schriftlich gegenüber der LKÖ, den von ihr beauftragten Stellen oder der AMA widerrufen. Ein Widerruf hat zur Folge, dass die Verwendung meiner Daten unverzüglich eingestellt wird und die bereits gespeicherten Daten gelöscht werden.

Ort, Datum

Unterschrift

## Gesamtbewertung der Garantie-Kriterien nach den Richtlinien des Qualitätsprogramms *Gutes vom Bauernhof*

<b>Bewertung des Betriebes</b> ist in jedem Fall auszufüllen.	<i>maximal anerkannte Punkteanzahl</i>	<i>geforderte minimale Punkteanzahl</i>	<i>erreichte Punkteanzahl</i>
1. Eigener Rohstoff	3	> 1,5	
2. Qualifizierung und Ausbildung	3	≥ 1	
3. Marketing	3	≥ 1	
4. Qualität der Herstellung	3	> 1	
<b>Gesamt:</b>	<b>12</b>	<b>≥ 7</b>	

<b>Bewertung der Be- und Verarbeitung</b> ist nur auszufüllen, wenn am Betrieb be- oder verarbeitet wird.	<i>maximal anerkannte Punkteanzahl</i>	<i>geforderte minimale Punkteanzahl</i>	<i>erreichte Punkteanzahl</i>
5. Eigene Be- und Verarbeitung	2	≥ 1	
6. Produktqualität	3	≥ 1	
<b>Gesamt:</b>	<b>5</b>	<b>≥ 2</b>	

Der antragstellende Betrieb entspricht den Kriterien der Richtlinien für die bäuerliche Direktvermarktung mit Garantie und wird als <i>Gutes vom Bauernhof</i> -Betrieb anerkannt.	ja	nein
--	----	------

Bemerkungen:

Name und Organisation  
der bewertenden Person:

\_\_\_\_\_  
Datum: Unterschrift







# Bewertung des Betriebes

## 3. Marketing und Verkauf Diese Bewertung bitte in jedem Fall ausfüllen.



### Produktaufmachung/Auftreten nach außen

Der Betrieb wird bezüglich Erscheinungsbild, Laden-/Standgestaltung und Produkt- /Betriebspräsentation bewertet. Nützt der Betrieb andere Vertriebswege, ist mindestens ein Standort zu beurteilen.

Kriterien	Maßnahmen	konkrete Umsetzung – bitte ausfüllen	✓
<b>Erreichbarkeit</b>	<p>Ist der Hof ausschließlich Produktionsstätte, ist keine Beschilderung erforderlich.</p> <p><b>Für Nicht-Ortskundige erreichbar bzw. auffindbar?</b> (z.B. ausreichend Beschilderung, Wegweiser an allen erforderlichen Kreuzungen, befestigte Zufahrt)</p>		
<b>Erscheinungsbild</b>	<p><b>Äußeres Erscheinungsbild der Baulichkeiten</b> (z.B. kein Misthaufen vor dem Haus, Lagerung der Maschinen nicht im Freien, keine Sickerwässer in Bereichen, die für Kunden zugänglichen sind, sauberes Verkaufsumfeld, geruchssicherer Verkaufsraum)</p> <p><b>Außenraum, Hausgarten, Innenhof</b> (z.B. befestigtes Hofumfeld, ausreichend Parkmöglichkeiten, Hoftafel bzw. Logo am Kundeneingang, naturnahe Gestaltung des Außenraumes, Angebote für Kinder wie beispielsweise Spielplatz)</p> <p><b>Verkaufseinrichtung</b> (z.B. produktgerecht und kundenfreundlich, Sonnen- und Regenschutz, Saisonal abwechselnde Dekoration)</p> <p><b>Verkaufskleidung</b> (z.B. sauber, ansprechend)</p> <p><b>Abfallwirtschaft</b> (z.B. Abfälle werden getrennt und geruchssicher gesammelt und rasch entsorgt)</p>		



# Bewertung des Betriebes

## 3. Marketing und Verkauf Diese Bewertung bitte in jedem Fall ausfüllen.



### Produktaufmachung/Auftreten nach außen (Fortsetzung)

Kriterium	Maßnahmen	konkrete Umsetzung – bitte ausfüllen	✓
<b>Sicherheit</b>	<p><b>Hofanlage</b> (UVD-geprüfte Hofanlage → Unfallverhütungsdienst der SVB; alle 3 Jahre neu beantragen)</p> <p><b>Räumlichkeiten</b> (Vor allem für Kunden erreichbare Räumlichkeiten sind vom UVD zu überprüfen)</p>		
<b>Produktaufmachung</b>	<p><b>Produktpräsentation</b> (sauber, übersichtlich, verkaufsfördernd)</p> <p><b>Verpackung</b> (produktgerecht, sorgfältig z.B. Fleischwickelpapier)</p> <p><b>Preisauslobung</b> (sauber, übersichtlich &amp; leserlich)</p>		
<b>Sonstiges</b>	<b>Informationsmaterial</b> (Aktuelle Informationen über Produkte, Betrieb, Ernährung etc.)		

### Bewertung:

3-4 Maßnahmen durchgeführt	½ Punkt
5-6 Maßnahmen durchgeführt	1 Punkt
7-8 Maßnahmen durchgeführt	1 ½ Punkte
9 oder mehr Maßnahmen durchgeführt	2 Punkte
<b>Gesamtpunkte „Produktaufmachung/Auftreten nach außen“:</b>	



# Bewertung des Betriebes

## 3. Marketing und Verkauf Diese Bewertung bitte in jedem Fall ausfüllen.



### Kundenbetreuung:

Kundenkartei, Infomaterial, Reklamationsbearbeitung, Veranstaltungen

Mögliche Maßnahmen	konkrete Umsetzung – bitte ausfüllen
Stammkundenbetreuung Kundenbindung	
Kundenorientiertes Werbekonzept	
Werbemaßnahmen im letzten Jahr	
Umgang mit Kundenwünschen	
Behandlung von Reklamationen	
Homepage	
Sonstige	

### Bewertung:

Keine Kundenbetreuungsmaßnahmen durchgeführt	0 Punkte
einzelne Kundenbetreuungsmaßnahmen durchgeführt	½ Punkt
regelmäßige geplante Kundenbetreuungsmaßnahmen	1 Punkt
<b>Gesamtpunkte „Kundenbetreuung“:</b>	

<i>Kriterien</i>	<i>Punkte</i>			
Produktaufmachung/Auftreten nach außen				
Kundenbetreuung		<i>Punkte max.</i>	<i>Punkte min.</i>	<i>Gesamtpunkte</i>
<b>Gesamtpunkte „Marketing und Verkauf“</b>		<b>3</b>	<b>≥1</b>	



# Bewertung des Betriebes

## 4. Qualität der Herstellung Diese Bewertung bitte in jedem Fall ausfüllen.



**Insgesamt müssen mindestens 10 Maßnahmen umgesetzt werden, bei jedem Kriterium mindestens eine.**

Kriterium	Erläuterung und mögliche Maßnahmen	alle (= möglichst viele) konkret umgesetzten Maßnahmen aufzählen (im Falle von ÖPUL bitte ÖPUL-Maßnahme laut Auflistung anführen)	✓
<b>freiwillige Nachvollziehbarkeit</b>	<b>Transparenz am Betrieb:</b> z.B. aktive und besondere Information über Produkte und Betriebe („offene Hoftüre“, Hofführung, Schule am Bauernhof)		
<b>Nähe, Frische, Natürlichkeit</b>	<b>Vorteile des Direktvertriebes:</b> z.B. kurze Zeitspannen zwischen Ernte und Verkauf (die Zeitspanne muss kürzer als der durchschnittliche, konventionelle Vertrieb über den LEH sein), kurze Gesamttransportwege für die Produkte, Vermeidung von Zusatz- und Hilfsstoffen (keine chemischen Konservierungsmittel, Geschmacksverstärker und Aromen z.B. Fruchtzubereitung ohne Aromazusätze, keine Mittel zur Keimhemmung bei der Lagerung)		
<b>Tierhaltung</b>	<p><b>Muss-Kriterium:</b> Keine Haltung von Legehennen in ausgestalteten Käfigen, keine Käfighaltung von Kaninchen</p> <p><b>Tierfreundlichkeit:</b> z.B. Haltungsformen (Stroh, Auslauf, Freiland, Beschäftigungsmöglichkeiten), großes Platzangebot, überdurchschnittlich viel Licht und Frischluft, Halten der Tiere in Kleingruppen, keine Eingriffe am Tier (wie Enthornen, Kupieren)</p> <p>oder <b>ÖPUL-Maßnahme</b> ÖPUL-Tierschutz</p> <p>oder <b>TGD-Mitgliedschaft</b></p>		



# Bewertung des Betriebes

## 4. Qualität der Herstellung Diese Bewertung bitte in jedem Fall ausfüllen.



Kriterien	Erläuterung	alle (= möglichst viele) konkret umgesetzten Maßnahmen aufzählen (im Falle von ÖPUL bitte ÖPUL-Maßnahme laut Auflistung anführen)	✓
<b>Produktqualität aufgrund einer besonderen Produktionsweise</b>	<p><b>AMA-Gütesiegel-Richtlinien für die Landwirtschaft</b></p> <p><b>Gentechnikfreie Produktion laut Codex</b></p> <p><i>Pflanzlich:</i> <b>Pflanzenpflege, Düngung, Erntezeitpunkt:</b> z.B. langsames Wachstum, Vollreife bei der Ernte oder <b>ÖPUL-Maßnahmen</b> „Integrierte Produktion“, „Verzicht auf ertragssteigernde Betriebsmittel auf Ackerflächen“ <b>Sorte</b> (z.B. ausgewählte Sorten) oder <b>ÖPUL-Maßnahme</b> „Seltene landwirtschaftliche Kulturpflanzen“</p> <p><i>Tierisch:</i> <b>Fütterung, Haltung:</b> z.B. langsame Mast (Dabei sollte das durchschnittliche Mastendgewicht über folgenden Richtwerten liegen: Mastschweine: 118 kg, Kalbinnen: 573 kg, Stiere: 689 kg, Ochsen: 609 kg, Kälber: 169 kg, Lämmer: 43 kg, Schafe: 72 kg, Kitze: 17 kg, Ziegen: 60 kg), besondere Futtermittel (z.B. ausschließlich hofeigenes Futter, gentechnikfreies Futter, Gerste statt Mais)</p> <p><b>Schlachtung am Hof</b></p> <p><b>Rasse:</b> z.B. besondere Rassen oder <b>ÖPUL-Maßnahme</b> „Seltene Nutztierassen“</p>		



# Bewertung des Betriebes

## 4. Qualität der Herstellung Diese Bewertung bitte in jedem Fall ausfüllen.



Kriterien	Erläuterung	alle (= möglichst viele) konkret umgesetzten Maßnahmen aufzählen (im Falle von ÖPUL bitte ÖPUL-Maßnahme laut Auflistung anführen)	✓
<b>umweltfreundliche Produktion</b>	<p><b>extensive und umweltschonende Landwirtschaft:</b> z.B. ausgewogene Fruchtfolge, Verzicht auf Klärschlamm oder <b>ÖPUL-Maßnahmen</b> „Umweltgerechte Bewirtschaftung von Acker- und Grünlandflächen“, „Verzicht auf ertragssteigernde Betriebsmittel auf Ackerfutter- und Grünlandflächen“, „Verzicht auf Fungizide auf Getreideflächen“, „Umweltgerechte Bewirtschaftung von Heil- und Gewürzpflanzen“, „Alternativen und Saatgutvermehrung“, „Erosionsschutz Obst und Hopfen“, „Erosionsschutz Wein“, „Ökopunkte“, „Begrünung von Ackerflächen“, „Mulch- und Direktsaat“, „Regionalprojekt für Grundwasserschutz und Grünlanderhaltung“, „Vorbeugender Boden- und Gewässerschutz“, „Bewirtschaftung von besonders auswaschungsgefährdeten Ackerflächen“, „Untersaat Mais“, „Verlustarme Ausbringung von flüssigen Wirtschaftsdünger und Biogasgülle“</p> <p><b>Biodiversitätsmaßnahmen:</b> z.B. Biodiversitätsflächen, Pflege von Streuobstwiesen, Erosionsschutz (Untersaaten, Windhecken...), Dauergrünflächen werden erhalten, Almwirtschaft, genetische Vielfalt (verschiedene Kulturen, alte Rassen und Sorten... oder <b>ÖPUL-Maßnahmen</b> „Silageverzicht“, „Erhaltung von Streuobstbeständen“, „Mahd von Steilflächen“, „Bewirtschaftung von Bergmähdern“, „Alpung und Behirtung“, „Erhaltung und Entwicklung naturschutzfachlich wertvoller oder gewässerschutzfachlich bedeutsamer Flächen“</p> <p><b>Sonstiges:</b> z.B. alternativer und erneuerbarer Energieeinsatz, umweltschonendes Verpackungsmaterial, nachhaltige Bauweise (z. B. Warmwasseraufbereitung durch Solarenergie)</p>		



# Bewertung des Betriebes

## 4. Qualität der Herstellung Diese Bewertung bitte in jedem Fall ausfüllen.



Kriterien	Erläuterung	alle (= möglichst viele) konkret umgesetzten Maßnahmen aufzählen (im Falle von ÖPUL bitte ÖPUL-Maßnahme laut Auflistung anführen)	✓
<b>Gesellschaftliche Verantwortung</b>	<p><b>Arbeitsplätze am Bauernhof:</b> z.B. landwirtschaftliche Standortsicherung durch Direktvermarktung, Mitarbeit von Familienmitgliedern, Arbeitsplätze für externe Personen, besondere Arbeitsbedingungen</p> <p><b>Erhalt der Nahversorgungsstruktur:</b> z.B. Nahversorgung in der Region, Hauszustellung</p> <p><b>Erhalt einer vielfältigen Kulturlandschaft:</b> z.B. vielfältige Bewirtschaftung, verschiedene Betriebszweige</p> <p><b>Erhalt von Kulturgut:</b> z.B. traditioneller Kenntnisse und Fertigkeiten, regionaltypische Rezepte und Produkte/Speisen</p> <p><b>Soziale Projekte</b></p>		

### Bewertung:

bis 9 Maßnahmen umgesetzt	1 Punkt
10-14 Maßnahmen umgesetzt	2 Punkte
15 oder mehr Maßnahmen umgesetzt	3 Punkte
<b>Bio-Produktion (nach EU-Verordnung)</b>	1 Zusatzpunkt
<b>Verdoppelung der gesetzlich vorgeschriebenen Wartezeit nach Arzneimittelanwendung :</b>	1 Zusatzpunkt

<i>Kriterien</i>	<i>Punkte</i>	<i>Punkte max.</i>	<i>Punkte min.</i>	<i>Gesamtpunkte</i>
Gesamtpunkte „Qualität der Herstellung“		3	>1	

### Erläuterung zu ÖPUL und Bio:

- Die Sonderrichtlinie ÖPUL 2007 des BMLFUW und die ÖPUL-Maßnahmenerläuterungsblätter sind unter <http://www.ama.at> / ...die Seite für die Landwirtschaft / Fachliche Informationen / ÖPUL einsehbar.
- Wird der Zusatzpunkt für die **Bio-Produktion** vergeben, werden nur die mit der „Biologischen Wirtschaftsweise“ kombinierbaren ÖPUL-Maßnahmen bei der Bewertung gezählt. Maßnahmen, die bei der Bio-Produktion ohnehin vorgeschrieben sind (z.B. Gentechnikfreiheit, Verzicht auf leicht lösliche Mineraldünger, Verzicht auf synthetische Pflanzenschutzmittel) können dann ebenfalls nicht extra bewertet werden.

**Wesentliche ÖPUL-Maßnahmen für das Kriterium „Qualität der Herstellung“** (mit Bio kombinierbare Maßnahmen, die separat bewertet werden, sind mit \* gekennzeichnet):

#### **Tierhaltung**

Tierschutzmaßnahme

#### **Produktqualität: Pflanzenpflege, Düngung, Erntezeitpunkt**

Integrierte Produktion Erdäpfel

Integrierte Produktion Gemüse

Integrierte Produktion Erdbeeren

Integrierte Produktion Rüben

Integrierte Produktion Obst und Hopfen

Integrierte Produktion Wein

Integrierte Produktion geschützter Anbau

Verzicht auf ertragssteigernde Betriebsmittel auf Ackerflächen

#### **Produktqualität: Sorte**

Seltene landwirtschaftliche Kulturpflanzen (SLK) \*

#### **Produktqualität: Rasse**

Seltene Nutzierrassen

#### **Umweltfreundliche Produktion: extensive und umweltschonende Landwirtschaft**

Umweltgerechte Bewirtschaftung von Acker- und Grünlandflächen

Verzicht auf ertragssteigernde Betriebsmittel auf Ackerfutter- und Grünlandflächen

Verzicht auf Fungizide auf Getreideflächen

Umweltgerechte Bewirtschaftung von Heil- und Gewürzpflanzen, Alternativen und Saatgutvermehrung

Erosionsschutz Obst und Hopfen \*

Erosionsschutz Wein \*

Ökopunkte

Begrünung von Ackerflächen \*

Mulch- und Direktsaat \*

Regionalprojekt für Grundwasserschutz und Grünlanderhaltung

Vorbeugender Boden- und Gewässerschutz \*

Bewirtschaftung von besonders auswaschungsgefährdeten Ackerflächen

Untersaat Mais \*

Verlustarme Ausbringung von flüssigen Wirtschaftsdünger und Biogasgülle

#### **Biodiversitätsmaßnahmen**

Silageverzicht \*

Erhaltung von Streuobstbeständen \*

Mahd von Steiflächen \*

Bewirtschaftung von Bergmähdern

Alpung und Behirtung

Erhaltung und Entwicklung naturschutzfachlich wertvoller oder gewässerschutzfachlich bedeutsamer Flächen



# Bewertung der Be- und Verarbeitung

Milch, Fleisch, Wein, Getreide-, Bienen-, Ziegen- und Schafmilchprodukte, verarbeitetes Obst und Gemüse,...

## 5. Eigene Be- und Verarbeitung



Produktgruppe	Umsatz-anteil der Produktgruppe* (a)	Punkte pro Produktgruppe (b)	Punkte gewichtet $\frac{(a) \times (b)}{100}$
<b>Gesamtpunkte „Eigene Be- und Verarbeitung“</b>	<b>100%</b>		

Punkte max.	Punkte min.	Gesamtpunkte
2	≥ 1	

\*) am Gesamt-DV-Umsatz in % (Wert)

### Produktgruppen:

Brot/Backerzeugnisse, Fleisch/Fleischerzeugnisse, Milch/Milcherzeugnisse, Obst/Obsterzeugnisse, Gemüse/Gemüseerzeugnisse (inkl. Kartoffeln), Eier/Geflügel, Sonstiges

### Kriterien:

Produkt	pflanzlich	tierisch
Be- und Verarbeitung vollständig selber gemacht	2 Punkte	2 Punkte
Be- und Verarbeitung teilweise selber gemacht	1 Punkt	2 Punkte
Lohnbe- und -verarbeitung in Kooperation mit Gewerbebetrieben oder bäuerlichen Betrieben	1 Punkt	1 Punkt

### Beispiel:

Produktgruppe	Umsatz-anteil der Produktgruppe* (a)	Punkte pro Produktgruppe (b)	Punkte gewichtet $\frac{(a) \times (b)}{100}$
Brot (alles wird selber gemacht)	30 %	2	0,6
Obstprodukte (Most und Saft, Lohnpressung seit 20 Jahren beim gleichen Betrieb)	30 %	1	0,3
Fleisch (Rind; Schlachtung und komplette Zerlegung beim Fleischhauer)	15 %	1	0,15
Fleischerzeugnisse (Schwein; eigene Schlachtung und Verarbeitung)	25 %	2	0,5
<b>Gesamtpunkte</b>	<b>100 %</b>		<b>1,55</b>

### Erläuterungen:

- Produkte innerhalb einer Produktgruppe, die nicht im gleichen Verhältnis selbst hergestellt werden, werden in Untergruppen unterteilt, in denen der Anteil an eigener und ausgelagerter Be- und Verarbeitung gleich ist.
- Je Produktgruppe ist nur eine der drei Kriterien möglich.
- Produktgruppen mit weniger als 10% Umsatzanteil an der gesamten DV müssen nicht bewertet werden.
- Die Verarbeitung in Gemeinschaftsanlagen entspricht der Eigenverarbeitung.
- Auch wenn Teile der Be- und Verarbeitung ausgelagert werden, muss der Verkauf immer im Namen, auf Rechnung und Verantwortung des Betriebes erfolgen.
- Erfolgt zumindest ein Be- und Verarbeitungsschritt durch den Direktvermarkter (z.B. Saft: Pressen in Lohnverarbeitung, Pasteurisieren, Abfüllen selber oder Selchwaren: Schlachten und Zerlegen außer Haus, Räuchern selber), werden 1 Punkt (pflanzlich) bzw. 2 Punkte (tierisch) vergeben.
- Kooperation = langjährige Geschäftsbeziehung (> fünf Jahre) oder Vertrag.

## 6. Produktqualität

Produkt/Produktgruppe	Umsatz-anteil des Produkts* (a)	Punkte pro Produkt (b)	Punkte gewichtet $\frac{(a) \times (b)}{100}$
<b>Gesamtpunkte „Produktqualität“</b>	<b>100%</b>		

Punkte max.	Punkte min.	Gesamtpunkte
<b>3</b>	<b>≥ 1</b>	

\*am Gesamt-DV-Umsatz in % (Wert)

### Produktgruppen:

Brot/Backerzeugnisse, Fleisch/Fleischerzeugnisse, Milch/Milcherzeugnisse, Obst/Obsterzeugnisse, Gemüse/Gemüseerzeugnisse (inkl. Kartoffeln), Eier/Geflügel, Sonstiges

### Kriterien:

Produktion erfolgt gemäß Codex Alimentarius Austriacus, Weingesetz oder nach hauseigener Rezeptur (z.B. traditionell, innovativ).	1 Punkt
Betrieb nimmt an Produktverkostungen & Prämierungen teil. (mind. 1 Prämierung/Jahr)	1 Punkt
Rohstoffherzeugung, Verarbeitung und Herstellung des Produktes erfolgt nach den Bio-Richtlinien.	1 Punkt
Produkt mit geschützter geografischer Angabe (ggA), geschützter Ursprungsbezeichnung (gU), garantiert traditionelle Spezialitäten (gtS) oder Slow food-Produkt	1 Punkt

### Beispiel:

Produkt/Produktgruppe	Umsatz-anteil des Produkts* (a)	Punkte pro Produkt (b)	Punkte gewichtet $\frac{(a) \times (b)}{100}$
Milch/Milchprodukte (Bio, Codex)	50 %	2	1,0
Speck (Bio-Landwirtschaft, Prämierung, hauseigene Rezeptur)	30 %	3	0,9
Obsterzeugnisse (Bio-Landwirtschaft, Codex, Prämierung Brände)	20 %	3	0,6
<b>Gesamtpunkte</b>	<b>100%</b>		<b>2,5</b>

### Erläuterungen:

- Die Kriterien werden je Produkt oder Produktgruppe angewendet. Bei einer Produktgruppe kann 1 Punkt auch dann vergeben werden, wenn das Kriterium nur auf ein Produkt der Produktgruppe zutrifft (z.B. Speckprämierung für die Produktgruppe Fleischerzeugnisse).
- Je Produkt oder Produktgruppe können mehrere der vier Kriterien zutreffen.
- Alle Verarbeitungsprodukte mit weniger als 10 % Umsatzanteil an der DV müssen nicht beurteilt werden. Milch/Milcherzeugnisse und Fleisch/Fleischerzeugnisse werden in jedem Fall bewertet.
- Der Betrieb muss mindestens einmal pro Jahr an einer Produktverkostung teilnehmen, um den Punkt für Produktverkostungen & Prämierungen zu erreichen. Bei mehreren Verkostungen werden die Punkte summiert. Er kann jedes Jahr bei unterschiedlichen Produktprämierungen teilnehmen.



## **Der Gestattungsvertrag wird abgeschlossen zwischen:**

### **BetriebsführerIn:**

Anschrift:

im Folgenden „Gestattungsnehmer“ genannt

und

### ***Gutes vom Bauernhof*-Vergabestelle:**

Anschrift:

im Folgenden „Gestattungsgeber“ genannt.

*Gutes vom Bauernhof* ist eine eingetragene Wort-Bild-Marke der Landwirtschaftskammer Österreich, als Qualitätsinitiative für „die bäuerliche Direktvermarktung mit Garantie“. Der Gestattungsgeber schließt im Auftrag der Landwirtschaftskammer Österreich den Gestattungsvertrag mit dem Gestattungsnehmer ab.

Grundlage für die Bewertung der Betriebe und die Vergabe der Marke *Gutes vom Bauernhof* sind die vom Fachgremium ausgearbeiteten Richtlinien. Die Gültigkeit dieser Richtlinien erstreckt sich auf alle Formen der Direktvermarktung (Ab Hof, Hofladen, Bauernmarkt, Zustellung, Bauernladen, Bauernecke...).

1. Der Gestattungsnehmer erhält das Recht die Marke zu verwenden und sich als *Gutes vom Bauernhof*-Betrieb zu bezeichnen. Er profitiert vom Wert der Marke und dem ihm daraus entstehenden Nutzen. Im Gegenzug verpflichtet er sich, die Richtlinien in der geltenden Fassung einzuhalten. Richtlinienänderungen für aufrechte Gestattungsverträge werden erst im Zuge der auf die Änderung folgenden nächsten Betriebsbewertung wirksam.
2. Das Logo ist in standardisierter Form, entsprechend dem Corporate Design-Manual zu verwenden. Auf Hof- und Bauernmarkttafeln, Wegweisern, etc. ist das Logo so zu verwenden, dass es eindeutig dem *Gutes vom Bauernhof*-Betrieb zugeordnet werden kann. Die Kombination mit einem Landes- oder Gebietslogo der Direktvermarkterorganisation ist gestattet. Der Einsatz der Marke auf eigenen Werbe- oder Informationsmitteln ist entsprechend dem Corporate Design-Manual anzuwenden und gegebenenfalls mit dem Gestattungsgeber abzuklären. In Gemeinschaftseinrichtungen (Bauernladen, Bauernecke...) muss das Logo so angebracht sein, dass *Gutes vom Bauernhof*-Produkte eindeutig von anderen Produkten zu unterscheiden sind. Loben Buschenschänken die



# Gestattungsvertrag

Verwendung von Gutes vom Bauernhof-Erzeugnissen aus, muss sichergestellt sein, dass es zu keiner Verwechslung mit Nicht-*Gutes vom Bauernhof*-Produkten kommt. Die Weitergabe der Marke und die Benützung durch Dritte sind verboten.

3. Der Gestattungsnehmer gewährt dem Gestattungsgeber sowie der beauftragten Kontrollfirma das Recht, alle notwendig erscheinenden Kontrollen vorzunehmen.
4. Der Gestattungsvertrag ist jeweils zum Ende eines Kalenderjahres unter Einhaltung einer Kündigungsfrist von einem Monat für beide Vertragsparteien kündbar.
5. Eine Verletzung des Vertrages berechtigt den Gestattungsgeber zum sofortigen Widerruf der Gestattung. Dieser erfolgt schriftlich und ist mit dem Einlangen beim Gestattungsnehmer rechtswirksam. Die Geltendmachung allfälliger Schadenersatzansprüche aus Schäden, die dem Gestattungsgeber bzw. anderen Gestattungsnehmern durch die Vertragsverletzung entstehen, bleibt vom Widerruf unberührt. Die Kosten der Entfernung der Marke, als Folge des Vertragsbruches trägt der Gestattungsnehmer.
6. Im Fall einer Auflösung des Vertrages verpflichtet sich der Gestattungsnehmer sämtliche Gegenstände (Hoftafel, Etiketten, Marktschürze, etc.) die mit der Marke *Gutes vom Bauernhof* versehen sind, an den Gestattungsgeber ohne Kostenersatz auszufolgen.
7. Der Vertrag tritt an dem Tag der Unterfertigung in Kraft und wird auf unbestimmte Zeit abgeschlossen, wobei eine Aktualisierung der Daten im 2-Jahres-Takt erfolgt und bei schwerwiegenden Veränderungen eine neue Bewertung durchgeführt wird.

Der Gestattungsnehmer:

Der Gestattungsgeber:

(Datum und Unterschrift)

(Datum und Unterschrift)



## Das neue Erscheinungsbild

Juni 2003

# Inhalt

---

## Corporate Design

- 1 Das Logo und seine Funktionen
- 2 Das Logo im Einsatz
- 3 Die Farben
- 4 Die Typografie

## Anwendungen

- 5 Die Korrespondenz
- 6 Die Drucksorten
- 7 Anwendungsbeispiele
- 8 Anwendungsbeispiele



# 1 Das Logo und seine Funktionen

## Zur Anwendung des Logos „Gutes vom Bauernhof“

In diesem Heft sind alle wichtigen Regeln für den Einsatz des grafischen Erscheinungsbildes der bäuerlichen Direktvermarkter in Österreich verzeichnet.

Das Zeichen (Logo) selbst ist als Oval ausgeprägt und zeigt neben dem Schriftzug „Gutes vom Bauernhof“ einen stilisierten Bauernhof. Die Farbe Grün vermittelt die Rolle der Landwirte als Landschaftspfleger.

### Das Logo kommt in drei Varianten zum Einsatz:

a) als Zeichen für bäuerliche Direktvermarktung (z.B. bei Gemeinschaftswerbung, Hofwerbung)



b) als Gütesiegel mit Fahne (z.B. bei Werbung für ausgezeichnete Gütesiegel-Betriebe)



c) als Hofsiegel mit Fahne und Prüfnummer (z.B. bei Hofwerbung für einen ausgezeichneten Gütesiegel-Betrieb)



### Das Logo als Gütesiegel mit Fahnenbalken

Bäuerliche Direktvermarkter, die mit **staatlicher Prüfnummer und Gütesiegel ausgezeichnet** sind, verwenden das neue Logo mit dem rot-weiß-roten Fahnenbalken.

In den Balken eingeschrieben wird die Prüfnummer des Hofes.

# Das Logo im Einsatz



## Das Logo auf farbigem Hintergrund oder auf einem Foto

Bevorzugtes Einsatzgebiet des Logos ist ein **heller, idealerweise weißer Hintergrund**. Das Logo kann durch seinen eigenständigen Charakter aber **auf allen Farbflächen** (auf hellen oder dunkeln) zum Einsatz kommen. Das gilt auch für Hintergrund-Bilder.

Nach Belieben kann das Logo durch einen aufgehellten Schein oder durch einen dunklen Schatten an der Kontur hervorgehoben werden.



## Aufgehellte Logo-Varianten als Hintergrund anwendbar

Das „Gutes vom Bauernhof“-Logo lässt sich auch als **Gestaltungselement im Hintergrund** einsetzen (z.B. auf großflächigen Werbemitteln wie Packpapiere oder Tragtaschen).

Die Farbdefinition für die am hellsten anwendbare Logovariante ist 11% der Schmuckfarbe HKS 57 (auf weißem oder Biotop 3 Papier)



## Das Logo in der Schwarz/Weiß Variante

Steht als Druckfarbe ausschließlich Schwarz zur Verfügung, so werden alle Teile des Logos in **100% Schwarz** angedruckt.



## Die kleinste anwendbare Größe des Standard-Logos

Das „Gutes vom Bauernhof“-Logo darf die **minimalste Größe von 20 mal 14 Millimetern** nicht unterschreiten, da sonst die Wortbildmarke nicht mehr deutlich genug erkennbar ist.

Die Illustration würde keine klaren Konturen mehr erkennen lassen und die Typografie wäre nicht mehr prägnant genug zu lesen.



## Alternativ-Variante bei vorhandenem Verbands- oder Betriebslogo

Wird das Logo „Gutes vom Bauernhof“ im Zusammenhang mit bestehenden Logos (Verband oder Betrieb) verwendet, kann es in einer Mutation zum Einsatz kommen. Das Oval mit dem Schriftzug „Gutes vom Bauernhof“ bleibt erhalten, die Illustration aus der Logomitte wird durch Text ersetzt und mit der Österreich-Flagge hinterlegt.

Bei Gütesiegel-Betrieben wird die staatliche Prüfnummer unter dem Oval in den weißen Fahnenbalken gesetzt.



## Die kleinste anwendbare Größe des Gütesiegels mit Fahne



## Nicht Corporate Design-konforme Logovarianten

**Keine Farbig abgestufte Varianten!** Ebenso widerspricht es den Gestaltungsrichtlinien, das Logo in verschiedenen Farbtiefen (z.B. Schriftzug dunkelgrün, Illustration hellgrün) einzusetzen.



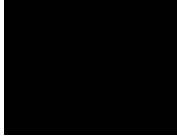
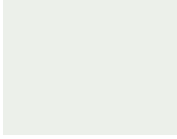
**Invertieren ist nicht erlaubt!** Im Sinne der Einheitlichkeit des werblichen Auftritts gibt es eine invertierte Variante des Logos (z.B. grüner Grund, weiße Schrift) nicht.

**Keine Graustufen-Versionen!** Ist ein mehrfarbiger Druck nicht möglich, kommt das Logo in Schwarz/Weiß zur Anwendung. Dabei ersetzt 100% Schwarz das Logo-Grün. Eine Grau-Schattierung ist nicht zulässig.



## Die kleinste anwendbare Größe des Hofsigels mit Fahne und Prüfnummer

# 3 Die Farben

				
C M Y K	98% cyan 22% magenta 93% yellow 10% black	100% magenta 100% yellow	100% black	11% cyan 2% magenta 10% yellow 1% black
H K S	57 K / N	13 K / N	schwarz	11% 57 K / N
PANTONE	348 C / U	red 032 C / U	black C	11% 348 C / U
R G B	1 Rot 96 Gelb 50 Blau	226 Rot 10 Gelb 22 Blau	0 Rot 0 Gelb 0 Blau	227 Rot 238 Gelb 232 Blau

# 4 Die Typografie

Swiss 721 Roman  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 äüöb!?, " \$ % & / ( [ ] ) = < > , ; : - \_ # ' + \* °  
 1234567890

### Die Schriften

Die Grotteskschrift Swiss 721 ist der zentrale Font für das „Gutes vom Bauernhof“ Corporate Design und kommt in folgenden Varianten zum Einsatz:

Swiss 721 Light  
 Swiss 721 Roman  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 äüöb!?, " \$ % & / ( [ ] ) = < > , ; : - \_ # ' + \* °  
 1234567890

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 äüöb!?, " \$ % & / ( [ ] ) = < > , ; : - \_ # ' + \* °  
 1234567890

Swiss 721 Light  
 Swiss 721 Roman  
 Swiss 721 Medium  
 Swiss 721 Bold

Sie findet sich auf sämtlichen Drucksorten wie Briefpapier, Visitenkarten und Kuverts sowie in allen Werbemitteln (z.B. Folder) wieder.

Swiss 721 Medium  
 Swiss 721 Bold  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 äüöb!?, " \$ % & / ( [ ] ) = < > , ; : - \_ # ' + \* °  
 1234567890

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 äüöb!?, " \$ % & / ( [ ] ) = < > , ; : - \_ # ' + \* °  
 1234567890

Ergänzt wird das Corporate Design durch die Schriftfamilien Garamond Condensed (Schnitte Book und Bold) sowie Helvetica (Schnitte Regular und Bold).

Garamond Book Cond  
 Garamond Bold Cond  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 äüöb!?, " \$ % & / ( [ ] ) = < > , ; : - \_ # ' + \* °  
 1234567890

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 äüöb!?, " \$ % & / ( [ ] ) = < > , ; : - \_ # ' + \* °  
 1234567890

Garamond (Book Condensed und Bold Condensed) wird für Überschriften, Zwischentitel und Aufzählungen verwendet.

Helvetica Regular  
 Helvetica Bold  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 äüöb!?, " \$ % & / ( [ ] ) = < > , ; : - \_ # ' + \* °  
 1234567890

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 äüöb!?, " \$ % & / ( [ ] ) = < > , ; : - \_ # ' + \* °  
 1234567890

Helvetica (Regular und Bold) kommt u.a. überall dort zum Einsatz, wo die Schrift Swiss 721 nicht verfügbar ist (z.B. bei MS-DOS-Systemen oder Serienbriefen etc).

# Die Korrespondenz

Herrn  
Peter Pfandlwirt  
Gasthaus „Zum schwarzen Röstli“  
  
Haubengasse 23  
8080 St. Peter/Sil

Graz, 4. März 2003

**Ansichtssachen**  
Normaler Text:  
Helvetica Regular 10,5 pt  
Zeilenabstand 13,5 pt

Sehr geehrter **Herr Pfandlwirt!**  
Hervorhebungen:  
Helvetica Bold 10,5 pt  
Zeilenabstand 13,5 pt

Herzlichen Glückwunsch! Sie sind der erste, der **das neue Briefpapier** von „Gutes vom Bauernhof“ in Händen hält. Was ist das für ein Gefühl? Weich? Schmeichelnd? Angenehm...

Doch halt: Sie haben ja gar keine Möglichkeit, sich auf Ihr Gefühl zu konzentrieren – weil Sie andauernd an diesen Zeilen hängen. Dabei sind die doch nur blind. Im Fachjargon sagt man auch Blindtext dazu. Aber keine Sorge: Wer Blindtexte liest, ist deshalb noch lange kein blindes Hendl.

Apropos: Dass auch blinde Hendl immer wieder ein Korn finden, ist bewiesen. Womit außerdem bewiesen wäre: Auch Blindtexte finden immer wieder einen Leser. Und seien es nur Sie, sehr geehrter Herr Pfandlwirt.

Wozu das alles, werden Sie fragen. Und ich antworte: Zu Recht! Und im Nachsatz: Dieser Blindtext erfüllt nur den Zweck, dem Betrachter vor Augen zu führen, wie das neue Briefpapier von „Gutes vom Bauernhof“ beschrieben aussieht. Unbeschreiblich, was?

Mit dem Ausdruck unseres Laserprinters verbleibt

herzlichst, Ihr

**Franz Dichter-Fürst**

P.S.: Wenn Sie mehr sehen wollen, fragen Sie Ihren Arzt oder eine Blindschleiche.

Adressleiste  
Normaler Text:  
Swiss 721 Regular 8,5 pt  
Hervorhebungen:  
Swiss 721 Bold 8,5 pt  
Zeilenabstand: 9,5 pt

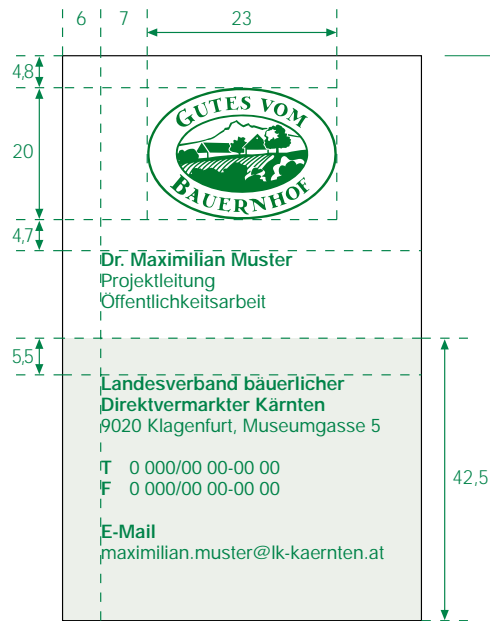
**Arbeitsgemeinschaft bäuerlicher Selbstvermarkter**  
A-8020 Graz, Kindermannngasse 8, T 0 316/80 50-45 62, F 0 316/80 50-45 50, E office@gutes.at, I www.gutes.at  
UID-Nr. ATU 39211303, DVR: 0943941

**Betriebs- und Werbemittel**  
A-8321 St. Margarethen/Raab, Mühlenhof, Entschendorf 6, T 0 31 19/31 300, F 0 31 19/31 30 12

## Briefpapier

Format: 210 x 297 (A4) | Papier: Biotop 3 Offset, 100 g/m<sup>2</sup> | Farben: Grün: HKS 57 bzw. Hellgrün: 11% HKS 57  
Alle Abstandsangaben in Millimeter.

# 6 Die Drucksorten



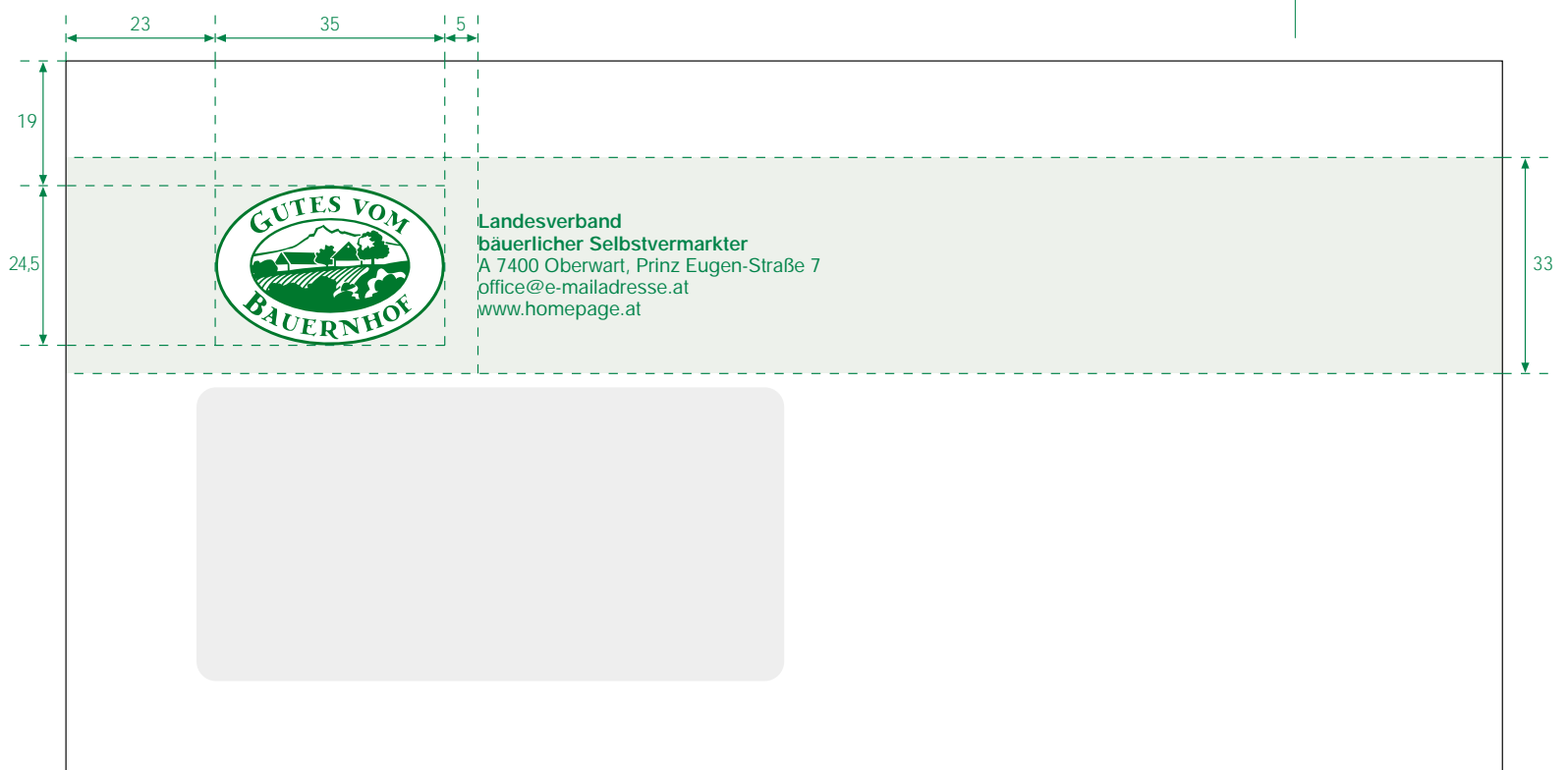
Normaler Text:  
Swiss 721 Regular 8 pt  
Hervorhebungen:  
Swiss 721 Bold 8 pt  
Zeilenabstand: 9 pt

## Visitenkarte

Format: 54 x 85 mm  
Papier: Biotop 3 Offset, 250 g/m<sup>2</sup>  
Farben: Grün: HKS 57 bzw. Hellgrün: 11% HKS 57  
Alle Abstandsangaben in Millimeter.



Normaler Text:  
Swiss 721 Regular 8,5 pt  
Hervorhebungen:  
Swiss 721 Bold 8,5 pt  
Zeilenabstand: 9,5 pt



## Kuvert mit oder ohne Fenster

Format: 220 x 110 (C 5/6) | Papier: Biotop 3 Offset, 100 g/m<sup>2</sup> | Farben: Grün: HKS 57 bzw. Hellgrün: 11% HKS 57  
Alle Abstandsangaben in Millimeter.

7

# Anwendungsbeispiele



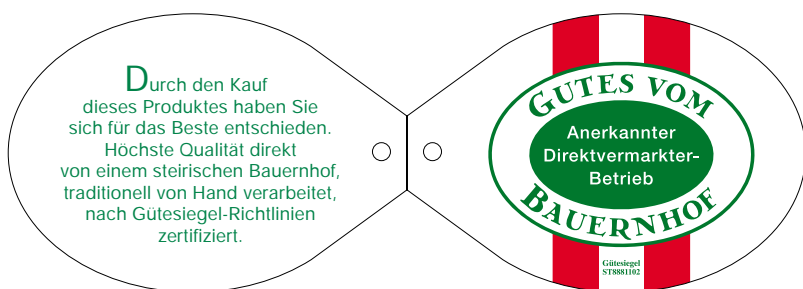
Produktanhänger und Banderole mit dem Zeichen für bäuerliche Direktvermarktung.



Produktanhänger und Banderole als Gütesiegel mit der Fahne.



Produktanhänger und Banderole als Höfsiegel mit der Fahne und Prüfnummer.



Produktanhänger und Banderole mit dem Gütesiegel für Niederösterreich.



### Produktanhänger

Format: oval, geschlossen ca. 60 x 42  
Papier: Biotop 3 Offset, 250 g/m<sup>2</sup>  
Farben: Grün; HKS 57



### Banderole

Format: 111 x 12 (oval: 23)  
Papier: Biotop 3 Offset, 250 g/m<sup>2</sup>  
Farben: Grün; HKS 57

8

# Anwendungsbeispiele



### Preistafeln

Preistafeln zum Selbstbeschriften gibt es in den Formaten A5, A6, A7 und A8.



### Fettdichtes Wickelpapier

Hier wird das Logo in zwei Größen als Streudruck angewendet.



### Marktschürze



### Kleber für die Verkaufstheken etc.



### Beschilderung



### Hof-Beschilderung



### Fahrzeugdesign



## Hygiene

Jeder der mit Lebensmitteln zu tun hat ist „Lebensmittelunternehmer“ und in seinem Bereich für die Sicherheit der Produkte verantwortlich: vom Futtermittel, einschließlich der Primärproduktion sowie der Verarbeitung bis hin zum Verbraucher.

Seit 2006 sind die allgemeinen und spezifischen Vorschriften der Lebensmittelhygiene durch EU-Verordnungen und in Konsequenz durch nationale Gesetze bzw. Verordnungen festgelegt. Diese Vorschriften gelten grundsätzlich für jedes Unternehmen, in dem Lebensmittel erzeugt, hergestellt, behandelt und/oder in den Verkehr gebracht werden. Ausnahmen bestehen für die direkte Abgabe kleiner Mengen von Primärerzeugnissen durch den Erzeuger an den Endverbraucher oder an lokale Einzelhandelsgeschäfte, die die Erzeugnisse direkt an den Endverbraucher abgeben. Die Anforderungen an die Betriebe, die von den EU-Vorschriften ausgenommen sind, regeln die Lebensmitteleinzelhandelsverordnung und die Lebensmittel-Direktvermarktungsverordnung.

Die wichtigen Ziele der Lebensmittelhygiene und Lebensmittelsicherheit sind im Wesentlichen in der EU-Hygiene-Verordnung und dem Österreichischen Lebensmittelrecht folgendermaßen definiert:

- Gesundheitsschutz des Verbrauchers
- Schutz des Verbrauchers vor Täuschung
- Sicherstellung der Lebensmittelsicherheit in der gesamten Herstellungskette von der Primärproduktion bis zum Verkauf an den Endverbraucher
- Jeder Lebensmittelunternehmer ist in seinem Bereich für die Lebensmittelsicherheit verantwortlich.

### **Vorgaben für Lebensmittelunternehmer auf nachgeordneten Produktions-, Verarbeitungs- und Vertriebsstufen:**


Erfüllung der Anforderungen an Gebäude und Ausrüstung, z.B. für sanitäre Anlagen, Beleuchtung, Lüftungseinrichtungen, Beschaffenheit der Fußböden, Wände, Türen, Fenster und Gegenstände

- Verwendung einwandfreier Ausgangsmaterialien
- sichere Handhabung der Lebensmittel (einschließlich Verpacken und Transport)
- sichere Abfallbeseitigung
- Schädlingsbekämpfungsmaßnahmen
- Reinigungs- und Desinfektionspläne
- Wasserqualität
- Einhaltung der Kühlkette
- Personalhygiene
- Schulung
- Anwendung der HACCP-Grundsätze

Die Schulungspflicht zur Lebensmittelhygiene besteht für alle im Betrieb Beschäftigten, die mit Lebensmitteln umgehen. Mitarbeiter und mitarbeitende Familienangehörige müssen sich (z.B. vom Betriebsleiter) schulen lassen. Der für den Betrieb Verantwortliche entscheidet wie oft, wie intensiv und von wem die Mitarbeiter geschult werden.

Zu den Inhalten und Grundkenntnissen gehören Lebensmittelmikrobiologie (z.B. nützliche und schädliche Mikroorganismen, Wachstumsvoraussetzungen), Maßnahmen bei Schädlingsbefall, richtige Reinigung und Desinfektion, Rohstoff-, Lager- und Transporthygiene, Temperaturanforderungen, Personalhygiene, Verhalten bei Erkrankungen oder Verletzungen.

Die Teilnahme an der Schulung muss bestätigt, d.h. dokumentiert und an der Arbeitsstätte abgelegt werden.

 Informationen zu Hygiene-Schulungen erhalten Sie in Ihrer Landwirtschaftskammer. Es besteht die Möglichkeit unter [www.hygiene-schulung.at](http://www.hygiene-schulung.at) eine Hygiene-Schulung online durchzuführen.

## Hilfreiche Unterlagen zur Umsetzung der Eigenkontrolle im Sinne der lebensmittelrechtlichen Anforderungen:

### Das Hygiene- und Lebensmittelrecht (Hierarchie):



#### **EU-Recht:**

Lebensmittelsicherheits-Verordnung (178/2002) und Hygiene-Verordnungen (852/2004, 853/2004)



#### **Österreichisches Recht:**

Lebensmittelsicherheits- und Verbraucherschutzgesetz (LMSVG) + Durchführungs-Verordnungen (z.B. Lebensmittel-Direktvermarktungsverordnung, Rohmilch-VO, Lebensmittel-Einzelhandels-VO, ..)

#### **Leitlinien:**


„Gesetz“ für die Praxis

### Hilfsmittel zur Umsetzung der Eigenkontrolle:

Als Beitrag zur Lebensmittelsicherheit zählt ein betriebliches Eigenkontrollsystem. Das heißt, der Betrieb muss für seinen Betrieb ein Eigenkontrollsystem etablieren, um sichere Produkte zu erzeugen. Die Leitlinien stellen ein Hilfsmittel für ein derartiges Eigenkontrollsystem dar. Damit die geltenden Vorschriften für Direktvermarkter noch genauer auf den tatsächlichen Bedarf abgestimmt sind, wurden Handbücher zur Umsetzung eines Eigenkontrollsystems erstellt.

## Handbücher:

- Handbuch zur Eigenkontrolle für bäuerliche Schlacht-, Zerlege- und Verarbeitungsbetriebe (2. Auflage 3/2008, Auflage zum elektronisch Ausfüllen 12/2008)
- Handbuch zur Eigenkontrolle für bäuerliche Geflügel- und Kaninchenschlacht- und Verarbeitungsbetriebe (3. Auflage 1/2010)
- Handbuch zur Eigenkontrolle für bäuerliche Betriebe, die mit Lebensmitteln umgehen für Direktvermarkter, Buschenschänker, Betriebe mit Urlaub am Bauernhof, Schule am Bauernhof etc. (2. Auflage 11/2008)

 Die Handbücher sind in ihrer Landeslandwirtschaftskammer erhältlich oder stehen im Intranet unter [www.gutesvombauernhof.at](http://www.gutesvombauernhof.at) zum Download zur Verfügung.

## Leitlinien:

Nachfolgend eine Aufstellung der wichtigsten Leitlinien:

- Leitlinie zur Schlachtung, Zerlegung von Rindern, Schweinen, Schafen, Ziegen und Pferden sowie bei der Herstellung von Fleischerzeugnissen
- Leitlinie für bäuerliche Milchverarbeitungsbetriebe
- Leitlinie für die Milchverarbeitung auf Almen
- Leitlinie bei der Schlachtung von Farmwild
- Leitlinie für bäuerliche Geflügel- und Kaninchenschlachtbetriebe
- Leitlinie Eierpack- und Eiersammelstellen
- Leitlinie für bäuerliche Obstverarbeitung
- Leitlinie für Imkereien
- Leitlinie für Einzelhandelsunternehmen
- Leitlinie für die Speiseeiserzeugung
- Leitlinie zur Sicherung der gesundheitlichen Anforderungen an Personen beim Umgang mit Lebensmitteln

 Die Leitlinien stehen unter [www.bmg.gv.at](http://www.bmg.gv.at) bzw. im Intranet unter [www.gutesvombauernhof.at](http://www.gutesvombauernhof.at) zum Download zur Verfügung.

## 1. Konsumenten-Website

Unter dem Motto “Nimm dir das Beste – so finden Sie den Direktvermarkter in Ihrer Nähe“ ist die neu gestaltete Konsumenten-Website [www.gutesvombauernhof.at](http://www.gutesvombauernhof.at) online gegangen. *Gutes vom Bauernhof*-Betriebe können sich auf der Website mit Name, Betriebs- und Produktbeschreibung, Anfahrt etc. präsentieren.

Mit der *Gutes vom Bauernhof*-Website wird es Konsumenten leicht gemacht einen *Gutes vom Bauernhof*-Direktvermarkter zu finden und wichtige Betriebs- und Produktdaten zu erfahren. Mit Hilfe von google maps wird der Standort der Direktvermarkter angezeigt und der Anfahrtsweg berechnet. Die verbesserte Suchfunktion ermöglicht es, nach Produkten zu suchen und das Suchergebnis beispielsweise nach Bio-Produkten oder Zustellservice zu optimieren.

Eine Vielzahl von Rezepten, aktuellen Meldungen und Hintergrundinformationen aus den Bundesländern zu bäuerlichen Spezialitäten und Interessantes über die Direktvermarktung runden das Angebot ab.

## 2. Intranet

Für *Gutes vom Bauernhof*-Betriebe ist die gute Ausbildung und die laufende Weiterbildung enorm wichtig.

Mit dem Intranet, haben Mitgliedsbetriebe von *Gutes vom Bauernhof* die Möglichkeit Informationen via Internet bedarfsgerecht und vor allem jederzeit zu erlangen. Zur Verfügung stehen Informationen zu verschiedenen Produktionssparten und Themen. Das Intranet bietet somit Wissenswertes als Ergänzung zu Weiterbildungsveranstaltungen und Beratungen durch die Landwirtschaftskammern, besonders dann, wenn Fragen möglichst rasch bzw. auch außerhalb von Bürozeiten geklärt werden müssen.

☞ Unter [www.gutesvombauernhof.at](http://www.gutesvombauernhof.at) können Sie mit Benutzername und Passwort ins Intranet einsteigen. Benutzername und Passwort werden jedem *Gutes vom Bauernhof*-Betrieb schriftlich übermittelt.





### 3. Datenbank mit Selbstwartungs-Tool

Für *Gutes vom Bauernhof* wurde eine zentrale Datenbank mit einem Selbstwartungs-Tool entwickelt. Über dieses Tool haben *Gutes vom Bauernhof*-Betriebe die Möglichkeit ihre Daten wie Ansprechperson, Anschrift, Produkte, Vermarktungsformen usw. selbständig zu aktualisieren.

☞ Das Selbstwartungs-Tool ist im Intranet unter „Wichtige Links“ „Betriebsdatenbank“ integriert.



## Vergabestellen und Ansprechpartnerinnen

### **Landwirtschaftskammer Burgenland/ Landesverband bäuerlicher Selbstvermarkter Burgenland**

Prinz Eugenstraße 7  
7400 Oberwart  
Ing. Maria Thek  
Tel.: 03352/32308-17, Fax: -44  
E-Mail: maria.thek@lk-bgld.at

### **Landwirtschaftskammer Kärnten/ Landesverband bäuerlicher Direktvermarkter Kärnten**

Museumgasse 5  
9020 Klagenfurt  
Karin Steinkellner  
Tel.: 0463/5850-1393, Fax: -1393  
E-Mail: k\_steinkellner@lk-kaernten.at

### **Landwirtschaftskammer Niederösterreich/ Landesverband für bäuerliche Direktvermarkter - Niederösterreich**

Wienerstraße 64  
3100 St. Pölten  
DI Adelheid Gerl  
Barbara Auer  
Tel.: 05/0259-26503, Fax: 05 0259 95 26503  
E-Mail: barbara.auer@lk-no.at

### **Landwirtschaftskammer Oberösterreich/ OÖ Landesverband der bäuerlichen Direktvermarkter**

Auf der Gugl 3  
4020 Linz  
Dipl. Päd. Maria Ritzberger  
Tel.: 050/6902-1263, Fax: -91263  
E-Mail: maria.ritzberger@lk-ooe.at

### **Landwirtschaftskammer Salzburg/ Salzburger Direktvermarkter**

Saalfeldnerstraße 7  
5700 Zell am See  
Barbara Prommegger  
Tel: 06542/72393-24, Fax: -30  
E-Mail: barbara.prommegger@lk-salzburg.at



# Adressen

## **Landwirtschaftskammer Steiermark/ Direkt vom Bauernhof - Marketingverein Steiermark**

Hamerlinggasse 3  
8010 Graz  
Margareta Reichsthaler  
Tel.: 0316/8050-1450, Fax: -1460  
E-Mail: margareta.reichsthaler@lk-stmk.at

## **Landwirtschaftskammer Tirol/ Tiroler Speis aus Bauernhand**

Brixner Straße 1  
6020 Innsbruck  
Bettina Lindner  
Tel.: 05 92 92-1504, Fax: -1599  
E-Mail: bettina.lindner@lk.tirol.at

## **Verein vom Ländle Bur**

Ing. Matthias Marxgut  
Projektleitung: DI Elisabeth Zeiner  
Montfortstraße 11/7  
6900 Bregenz  
Tel: 05574/400-703, Fax: -600  
E-Mail: elisabeth.zeiner@lk-vbg.at

## **Landwirtschaftskammer Wien**

Verena Scheiblauer BEd  
Beratung, Landfrauen  
Tel. 01/5879528 – 39, Fax: - 21  
E-Mail: verena.scheiblauer@lk-wien.at

## **Kontrollfirmen**

### **Agrovet**

#### **agroVet Prüf- und Zertifizierungsstelle**

Königsbrunnerstraße 8  
2202 Enzersfeld bei Wien  
Tel.: 02262/67 22 14  
Fax: 02262/67 22 14-33  
E-Mail: enzersfeld@agrovvet.at  
[www.agrovvet.at](http://www.agrovvet.at)

### **LACON GmbH**

Linzer Straße 2  
4150 Rohrbach  
Tel: 07289/40977, Fax: 07289/40977-4  
E-Mail: lacon@lacon-institut.at  
[www.lacon-institut.at](http://www.lacon-institut.at)



## **Gesellschaft zur Kontrolle der Echtheit biologischer Produkte GmbH**

### **Austria Bio Garantie (ABG)**

Königsbrunnerstraße 8

2202 Enzersfeld

Tel: 02262/672212, Fax: 02262/674143

E-Mail: [nw@abg.at](mailto:nw@abg.at)

[www.abg.at](http://www.abg.at)

## **BIOS – Biokontrollservice Österreich**

Feyregg 39

4552 Wartberg

Tel: 07587/7178, Fax: 07587/7178-11

E-Mail: [office@bios-kontrolle.at](mailto:office@bios-kontrolle.at)

[www.bios-kontrolle.at](http://www.bios-kontrolle.at)

## **Salzburger Landwirtschaftliche Kontrolle GesmbH (SLK)**

Maria-Cebotari-Straße 3

5020 Salzburg

Tel: 0662/649483, Fax: 0662/649483-19

E-Mail: [office@slk.at](mailto:office@slk.at)

[www.slk.at](http://www.slk.at)

## **BIKO Tirol – Verband Kontrollservice Tirol**

Wilhelm-Greil-Straße 9

6020 Innsbruck

Tel: 05/9292-3100, Fax: -3199

E-Mail: [office@biko.at](mailto:office@biko.at)

[www.biko.at](http://www.biko.at)

## **SGS Austria Controll – Co. GesmbH**

Diefenbachgasse 35

1150 Wien

Tel: 01/5122567-0, Fax: -9

E-Mail: [sgsaustria@sgs.com](mailto:sgsaustria@sgs.com)

[www.sgsaustria.at](http://www.sgsaustria.at)

## Ministerien

### **Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft (BMLFUW)**

Stubenring 1  
1012 Wien  
Tel. 01/71100-0, Fax: -2140  
E-Mail: [office@lebensministerium.at](mailto:office@lebensministerium.at)  
[www.lebensministerium.at](http://www.lebensministerium.at)

### **Bundesministerium für Gesundheit**

Radetzkystraße 2  
1030 Wien  
Tel: 01/71100-0, Fax: -14300  
E-Mail: [buergerservice@bmg.gv.at](mailto:buergerservice@bmg.gv.at)  
[www.bmg.gv.at](http://www.bmg.gv.at)

## **Österreichische Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit GmbH**

### **Bundesamt für Ernährungssicherheit, Zentrale und Wien**

#### **AGES, Österreichische Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit GmbH, Institut für Lebensmitteluntersuchung**

Leitung: DI Marica Pfeffer-Larsson MSc  
Spargelfeldstraße 191  
1220 Wien  
Tel: 05/0555-0, Fax: -22019  
E-Mail: [marica.pfeffer-larsson@ages.at](mailto:marica.pfeffer-larsson@ages.at)  
[www.ages.at](http://www.ages.at)

### **AGES, Institut für Lebensmitteluntersuchung Graz**

Leitung: Dr. Christa Wentzel  
Beethovenstraße 8  
8010 Graz  
Tel: 0316/327588-0, Fax: -396  
E-Mail: [christa.wentzel@ages.at](mailto:christa.wentzel@ages.at)

### **AGES, Institut für Lebensmitteluntersuchung Innsbruck**

Leitung: Dr. Sonja Masselter  
Technikerstraße 70  
6020 Innsbruck  
Tel: 05/0555-7120, Fax: -71222



## **AGES, Institut für Lebensmitteluntersuchung Linz**

Leitung: Dr. Rudolf Kapeller  
Bürgerstraße 47  
4015 Linz  
Tel: 0732/779071-0, Fax: -15  
E-Mail: rudolf.kapeller@ages.at

## **AGES, Institut für Lebensmitteluntersuchung Salzburg**

Leitung: Dr. Carolin Krejci  
Innsbrucker Bundesstraße 47  
5020 Salzburg  
Tel: 0662/833357-0, Fax: -100  
E-Mail: carolin.krejci@ages.at

## **Lebensmittelversuchsanstalt LVA**

Blaasstraße 29  
1190 Wien  
Tel: 01/3688555-0, Fax: -20  
E-Mail: lva@lva.co.at  
www.lva.co.at

## **Lebensmittelaufsicht der Länder**

### **Lebensmittelaufsicht Burgenland**

Amt der Burgenländischen Landesregierung  
Europaplatz 1  
7000 Eisenstadt  
Tel: 057/600-2693, Fax: 057/600-2533  
E-Mail: post.gesundheit@bgld.gv.at  
www.burgenland.at

### **Lebensmitteluntersuchungsanstalt Kärnten**

Lastenstraße 40  
9020 Klagenfurt  
Tel: 0463/32130, Fax: 0463/34174  
E-Mail: post.lua@ktn.gv.at  
www.lua.ktn.gv.at

### **Lebensmittelaufsicht Niederösterreich**

Amt der NÖ Landesregierung, Abteilung LF5  
Landhausplatz 1, Haus 15B  
3109 St. Pölten  
Tel: 02742/9005-12689, Fax: 02742/9005-15260  
E-Mail: post.lf5@noel.gv.at  
www.noel.gv.at



## **Lebensmittelaufsicht Oberösterreich**

Amt der OÖ Landesregierung, Abteilung Ernährungssicherheit und Veterinärwesen  
Bahnhofplatz 1  
4021 Linz  
Tel: 0732/7720-14241, Fax: -214360  
E-Mail: [ESV.post@ooe.gv.at](mailto:ESV.post@ooe.gv.at)  
[www.land-oberoesterreich.gv.at](http://www.land-oberoesterreich.gv.at)

## **Lebensmittelaufsicht Salzburg**

Amt der Salzburger Landesregierung  
Postfach 527/Chiemseehof  
5010 Salzburg  
Tel: 0662/8042-0  
E-Mail: [lebensmittelaufsicht@salzburg.gv.at](mailto:lebensmittelaufsicht@salzburg.gv.at)  
[www.salzburg.gv.at](http://www.salzburg.gv.at)

## **Lebensmittelaufsicht Steiermark**

Amt der Steiermärkischen Landesregierung  
Burgring 4  
8010 Graz  
Tel.: 0316/877-0  
[www.verwaltung.steiermark.at](http://www.verwaltung.steiermark.at)

## **Lebensmittelaufsicht Tirol**

Amt der Tiroler Landesregierung  
Eduard-Wallnöfer-Platz 3  
6020 Innsbruck  
Tel: 0512/508, Fax. 0512/508-2185  
E-Mail: [post.@tirol.gv.at](mailto:post.@tirol.gv.at)  
[www.tirol.gv.at](http://www.tirol.gv.at)

## **Institut für Umwelt und Lebensmittelsicherheit des Landes Vorarlberg**

Montfortstraße 4  
6900 Bregenz  
Tel: 05574/511-42099, Fax: -42095  
E-Mail: [umweltinstitut@vorarlberg.at](mailto:umweltinstitut@vorarlberg.at)

## **Lebensmitteluntersuchungsanstalt der Stadt Wien**

Henneberggasse 3  
1030 Wien  
Tel: 01/795149760, Fax: 01/795149997958  
E-Mail: [post@m38.magwien.gv.at](mailto:post@m38.magwien.gv.at), [hal@m38.magwien.gv.at](mailto:hal@m38.magwien.gv.at)  
[www.wien.gv.at/ma38/](http://www.wien.gv.at/ma38/)



## Verpackungstechnik

### **Propack Verpackungstechnik GmbH**

Industriestraße 266

8321 St. Margarethen/Raab

Tel.: 03115/21999

Fax: 03115/21999-88

E-Mail: [office@propack.at](mailto:office@propack.at)

[www.propack.at](http://www.propack.at)