

Viele Infos für Direktvermarkter

RLV und Landwirtschaftskammer NRW luden zum Rheinischen Direktvermarktertag nach Schloss Dyck in Jüchen und auf den Obsthof Kallen in Korschenbroich ein

Was gibt es Neues beim Steuerrecht? Worauf muss man beim Arbeitsrecht achten? Dürfen digitale Verkaufsstätten an Sonn- und Feiertagen geöffnet sein? Und wie sehen die Kundenwünsche aus? Themen gab es zur Genüge beim Rheinischen Direktvermarktertag, zu dem der Rheinische Landwirtschaftsverband (RLV) und die Landwirtschaftskammer NRW am Mittwoch vergangener Woche nach Schloss Dyck in Jüchen eingeladen hatten. RLV-Präsident Bernhard Conzen wartete bei der Begrüßung der rund 30 Teilnehmerinnen und Teilnehmer mit einem großen Kompliment an die Direktvermarkter auf: „Der intensive Kontakt zum Verbraucher hat eine ganz besondere Bedeutung für die gesamte Landwirtschaft. Sie prägen mit Ihrer Direktvermarktung das Image der Landwirtschaft ganz entscheidend mit und leisten somit eine hochwirksame und langfristige Öffentlichkeitsarbeit für den gesamten Berufsstand.“

► E-Rechnungspflicht greift

In Sachen Steuern müssen sich die Direktvermarkter unter anderem auf E-Rechnungen einstellen. „Seit diesem Jahr gilt eine E-Rechnungspflicht“, erläuterte Silke Meurer von der Parta Steuerberatung GmbH, Niederlassung Rommerskirchen. Jeder Unternehmer sei demnach verpflichtet, alle Rechnungen als E-Rechnung zu erstellen. Bislang würden aber nur wenige E-Rechnungen von Unternehmen verschickt, da es sich dabei um einen Datensatz handle, der mit den menschlichen Augen nicht mehr lesbar ist. „In jedem Fall sollten Sie sicherstellen, dass Sie Ihre E-Rechnungen und Gutschriften lesen können. Denn nur mit einer ordnungsgemäßen Rechnung kann die Vorsteuer geltend gemacht werden“, lautete die Empfehlung von Silke Meurer und fügte hinzu: „Bis Ende 2026 besteht eine Übergangsfrist, bis zu der Sie selber E-Rechnungen auszustellen haben.“

Eine wichtige steuerliche Änderung steht auch bei der Kassenführung an.

Ab Juli dieses Jahres müssen alle elektronischen Aufzeichnungssysteme mit Kassenfunktion gemeldet werden. Auch Ersatzkassen seien von dieser Meldepflicht betroffen, betonte die Steuerberaterin. Für die Mitteilung der elektronischen Kassensysteme seien bestimmte Daten erforderlich. „Diese sollten Sie bei dem jeweiligen Kassensystemhersteller erfragen“, betonte Meurer. Der Steuerberatung lägen bislang noch keine Formulare für die Mitteilungspflicht vor. In jedem Fall sollten die Direktvermarkter aber die Daten bereithalten.

► Schnell und bequem oder Erlebniseinkauf

Kundenwünsche und Markttrends sollten im Fokus der Direktvermarktung stehen. „Allerdings fallen die Erwartungen der Kunden unterschiedlich aus. Sie schwanken zwischen bequemem und schnellem Einkauf und Erlebniseinkauf“, erläuterte Anna Eicker, Beraterin für Direktvermarktung und Agrarmarketing der Landwirtschaftskammer NRW. Beides müssten die Hofladenbetreiber bedienen. Zum schnellen und bequemen Einkauf gehörten unter anderem eine gute Ausschilderung des Hofladens, eine übersichtliche Anordnung der Produkte im Laden und im Regal, ein breites Sortiment einschließlich Convenience-Produkten, aber auch flexible Öffnungszeiten und verschiedene Bezahlmöglichkeiten. „Beim Erlebniseinkauf sollte nach Möglichkeit das Produkt in den Mittelpunkt gestellt werden“, empfahl die Beraterin. Hierzu könnten beispielsweise Events beitragen wie Verkostungen, Selbsternte oder Hofführungen.

„Wichtig für Sie als Direktvermarkter ist, dass Sie Ihre Zielgruppe kennen“, betonte Eicker. Zu den Zielgruppen der Direktvermarkter gehörten insbesondere die sogenannten Best Ager, also die Generation 50 plus, die Biokäufer, die Familien mit kleinen Kindern und die jungen Berufstätigen und Singles. Ab-



Hielten viele Informationen für die Teilnehmer des Rheinischen Direktvermarktertags bereit (v.l.n.r.): Anna Eicker, Dr. Alexander Westphal, RLV-Präsident Bernhard Conzen, Stephanie Schunk und Silke Meurer.

Foto: Dr. Elisabeth Legge

schließend gab die Beraterin den Direktvermarktern folgende Tipps mit auf den Weg: „Finden Sie heraus, wer Ihre Zielgruppe ist, checken Sie Ihren Online-Auftritt auf Aktualität, gehen Sie Ihr Sortiment mit dem Blick Ihrer Kunden durch und kommunizieren Sie die Geschichte hinter Ihren Produkten.“

Arbeitsgesetze dienen hauptsächlich dem Arbeitnehmerschutz. Daher sollten sich nach Auffassung von RLV-Rechtsanwältin Stephanie Schunk die Direktvermarkter entsprechend in Sachen Arbeitsrecht aufstellen. „Der Arbeitnehmer ist zunehmend rechtsschutzversichert und wird vom Spezialisten vertreten“, erläuterte die Fachanwältin für Arbeitsrecht. Wenn der Arbeitsvertrag sowieso schriftlich abgefasst werden muss, können in diesem Zusammenhang auch die Gestaltungsmöglichkeiten zugunsten der Arbeitgeber ausgereizt werden. Diese an den Bedürfnissen des Betriebs orientierte Vertragserstellung bietet der RLV an. Eine weitere Weichenstellung findet im Vorfeld von personellen Einzelmaßnahmen statt. „Mit einem guten Arbeitsvertrag und einer durchdachten Kündigung kann das Risiko von hohen Zahlungen im Rahmen einer Kündigungsschutzklage reduziert werden“, so die Rechtsanwältin.

► OVG Münster sieht es anders

Dürfen rein digital betriebene Verkaufseinheiten auch an Sonn- und Feiertagen gantztägig geöffnet sein? Wie RLV-Jurist Dr. Alexander Westphal erläuterte, handelt es sich bei solchen Modellen um „digitale (Kleinst-)Supermärkte“, „Smart Stores“ oder „Automatenkioske“, die ohne den Einsatz von Personal betrieben werden. Insgesamt fünf Verwaltungsgerichte in ver-

schiedenen Bundesländern hätten die digitalen Einrichtungen trotz fehlendem Einsatz von Personal als „Verkaufsstellen“ eingeordnet, die den jeweiligen Ladenöffnungsgesetzen der Bundesländer und damit dem grundsätzlichen Verbot der Öffnung an Sonn- und Feiertagen unterliegen würden. „Inzwischen liegt auch für NRW eine Entscheidung des Oberverwaltungsgerichts (OVG) Münster vor, das die Sachlage anders als in der Vorins-

tanz noch das Verwaltungsgericht Köln beurteilt. Danach ist die Öffnung einer digital betriebenen Verkaufseinheit auch an Sonn- und Feiertagen ganztägig zulässig“, so Westphal. Das OVG Münster hatte im Beschwerdeverfahren einem Antrag des Betreibers eines Bonner „Automatenkiosks“ auf Wiederherstellung der aufschiebenden Wirkung seiner Klage Recht gegeben, nachdem ihm die Stadt Bonn unter Androhung eines Zwangsgelds und unter

Anordnung der sofortigen Vollziehung den Warenverkauf an Sonn- und Feiertagen untersagt hatte. Das OVG Münster begründete seinen Beschluss im Verfahren vorläufigen Rechtsschutzes im Wesentlichen damit, dass es dafür an einer ausdrücklichen Regelung, die nur der Gesetzgeber treffen könne, fehle. Eine Entscheidung im Klageverfahren selbst stehe allerdings noch aus, stellte der RLV-Jurist abschließend fest. *el*

Direktvermarktung im großen Stil

Obsthof Kallen setzt auf eigenes Obst und regionale Produkte



Betreiben Direktvermarktung im großen Stil (v.l.n.r.): Bruno Kallen und seine Frau Ulla, Thomas Kallen mit Töchterchen Maja.

Traditionell gehört zum Rheinischen Direktvermarktertag der Besuch eines Betriebs dazu. In diesem Jahr war es der Obsthof Kallen in Korschenbroich mit seinen einzelnen Standorten. Bruno Kallen und sein Sohn Thomas, der seit vergangenem Jahr der Betriebsleiter ist, erläuterten den Teilnehmerinnen und Teilnehmern die Entwicklung ihres Betriebs. Auf dem Schanzerhof in Korschenbroich betreibt die Familie nach wie vor Ackerbau und baut Ge-

treide und Zuckerrüben an. In den 1980er-/1990er-Jahren kam der Sonderkulturanbau unter anderem mit Einlegegurken dazu. Bereits 1998/99 lag der Schwerpunkt des Betriebs auf dem Obstanbau mit Johannisbeeren und Zwetschgen und der Gurkenanbau wurde eingestellt. Zum Betrieb gehört seit vielen Jahren auch eine Zierpflanzenproduktion. Auf circa 15 000 m² Gewächshausflächen werden Stiefmütterchen und Begonien für Friedhofsgärtner angebaut. Im Jahr 2010 konnte die Familie das Wirtschaftsgebäude Nikolauskloster und die umliegenden Apfelplantagen pachten. „Außerdem wurde uns der funktionierende Obstverkauf von Schloss Dyck angeboten. Das war für uns ein Glücksfall“, sagte Bruno Kallen.

Gut zehn Jahre später erfolgte in unmittelbarer Nähe zum Schanzerhof der Familie Kallen der Bau einer neuen Lager- und Kommissionshalle mit modernen Kühleinrichtungen. „Hier lagern wir unser eigenes Obst. Außerdem versorgen wir Wochenmarktbesucher und Hofladenbetreiber sowie Groß-

händler aus der Region mit Obst und Gemüse“, so Thomas Kallen. Im Oktober 2022 übernahmen die Kallens schließlich die Markthalle Busch in Korschenbroich-Scherfhausen. „Das war ein seit 60 Jahren bestehender Vermarktungsbetrieb, der uns komplett angeboten wurde. Auch das war ein Glücksfall und wir konnten nicht Nein sagen“, meint Bruno Kallen. Während die Kallens in ihrem Laden an dem bekannten Ausflugsziel Schloss Dyck nur mit einem kleinen Sortiment aufwarten, bieten sie in der Markthalle neben dem eigenen Obst Gemüse und Produkte bevorzugt aus der Region sowie in großem Stil Blumen und Zierpflanzen an.

Derzeit sind die erfolgreichen Direktvermarkter dabei, die Markthalle umzustrukturieren. „Wir wollen hier mehr höherwertigere Produkte anbieten und legen viel Wert auf eine gute Beratung durch unser Verkaufspersonal“, verraten die Kallens. Zudem soll die Markthalle künftig kundenfreundlicher werden. Unter anderem ist Showkochen und sogar ein kleines Café geplant. Vor allem wollen die rührigen Direktvermarkter mit ihrer Markthalle aber auch mehr junge Familien erreichen und dafür Angebote speziell für Kinder schaffen. *el*



Der Hofladen von Familie Kallen am Schloss Dyck ist außer am ersten Weihnachtstag jeden Tag geöffnet. Die meisten Besucher des Wasserschlosses kommen im Laden vorbei. Im letzten Jahr waren das nach Aussagen der Familie Kallen allein 135 000 Kunden.



Auch die Markthalle Busch in Scherfhausen gehört zum Betrieb Kallen dazu. Hier werden neben dem eigenen Obst Gemüse und Produkte bevorzugt aus der Region, aber auch Blumen und Zierpflanzen angeboten.

Fotos: Dr. Elisabeth Legge