

Serie Wildbretgewinnung: Direktvermarkter ⁵

Wie schlägt man ein Stück Schalenwild aus der Decke?
Wie zerwirkt man richtig? Wie findet man den
richtigen Preis? Was braucht man alles dazu? –
Teil 5: Was Direktvermarkter zu beachten haben.

ING. MARTIN
GRASBERGER

Bis wohin ist man
Direktvermarkter?
Ab wann ein Wild-
bearbeitungsbetrieb?
Was ist zu beachten?
Antworten auf
häufige Fragen zur
Direktvermarktung.



Teile aus dem Fach-
buch „Wildbret
Direktvermarktung“
von R. Winkel-
mayer, P. Paulsen,
P. Lebersorger und
H. Zedka. Erhältlich
bei Ihrem Landes-
jagdverband oder im
Netz: www.jagd.at



Die ersten
vier Teile dieser
Serie finden Sie
auf der WEID-
WERK-Website:
www.weidwerk.at

192 Seiten, 175 aus-
sagekräftige Fotos.

€ 29,-

Zuletzt ging es um die Aus-
stattung eines Zerwirkraumes,
dieses Mal widmen wir uns
einerseits den Begriffsbestim-
mungen, da es immer wieder Unklar-
heiten gibt, und andererseits möchten
wir dem Direktvermarkter eine Check-
liste in die Hand geben, mit der er „auf
der sicheren Seite“ ist.

Begriffsbestimmungen

- ◉ **Direktvermarkter** sind Jäger, die Wild aus „dem eigenen Revier“ im Ganzen oder zerlegt, auch vorverpackt, anbieten (7-Tages-Frist).
- ◉ **Lebensmittelunternehmen** sind alle Unternehmen, gleichgültig, ob sie auf Gewinnerzielung ausgerichtet sind oder nicht und ob sie öffentlich sind oder privat, die eine mit der Produktion, Verarbeitung und Vertrieb von Lebensmitteln zusammenhängende Tätigkeit ausführen.
- ◉ **Lebensmittelunternehmer** sind natürliche oder juristische Personen, die dafür verantwortlich sind, dass die Anforderungen des Lebensmittelrechts in dem ihrer Kontrolle unterstehenden Lebensmittelunternehmen erfüllt werden. Darunter fällt auch ein Jäger, der Wildbret zerwirkt, um es (auf eigene Rechnung) zu vermarkten, oder ein Jäger, der Wild zum Verkauf bereithält bzw. auch im Ganzen verkauft. In der Regel ist der Jagdleiter der Lebensmittelunternehmer. Ein Jäger, der nur für den privaten häuslichen Gebrauch jagt, ist kein Lebensmittelunternehmer.
- ◉ **Inverkehrbringen** ist das Bereithalten von Lebensmitteln für Verkaufszwecke einschließlich des Anbietens

zum Verkauf oder jede andere Form der Weitergabe, gleichgültig, ob unentgeltlich oder nicht, sowie der Verkauf, der Vertrieb oder andere Formen der Weitergabe selbst.

Checkliste für Direktvermarkter

Möchte ein Jäger das von ihm erlegte Wild nicht mehr im Ganzen an den Wildbearbeitungsbetrieb („Wildhandel“) abgeben, sondern in Form von Frischfleisch – zerwirkt und vorverpackt (vakuumiert), aber nicht gefroren – direkt an den Endkonsumenten verkaufen, um damit seinen Wildbreterlös zu steigern, muss er unter anderem folgende Dinge berücksichtigen:

- ◉ Der Jäger hat sich bei der zuständigen Bezirksverwaltungsbehörde als „Lebensmittelunternehmer“ zu melden und Aufzeichnungen zu führen („Lebensmittelunternehmerprotokoll“). Auch die Wildbret-Bescheinigungen der vermarkteten Wildstücke bzw. die Befunde über die erfolgte Trichinenuntersuchung (Wildschweine) sind vom Lebensmittelunternehmer aufzuheben.
- ◉ Der Direktvermarkter darf nur Wild in Verkehr bringen, das von ihm selbst erlegt wurde oder aus Revieren stammt, in denen er jagdausübungsberechtigt ist. Kauft er Wild zu, sind eine Gewerbeberechtigung und eine gewerberechtliche Betriebsanlagen-genehmigung notwendig. Die Erleichterungen, die die Direktvermarktung im Vergleich zu den zugelassenen Bearbeitungsbetrieben bietet, können dann nicht mehr in Anspruch genommen werden.

- ◉ Der Direktvermarkter hat das Wild binnen 7 Tagen nach dem Erlegen zu vermarkten. In dieser Frist hat auch eine allfällige Trichinenuntersuchung zu erfolgen (Schwarzwild) – vor dem Inverkehrbringen muss diese den Nachweis erbracht haben, dass das Fleisch keine Merkmale aufweist, die darauf schließen lassen, dass es gesundheitsbedenklich sein könnte (negativer Befund).
- ◉ Die Wildkörper müssen auf eine Temperatur von nicht mehr als +7°C (Großwild) bzw. +4°C (Kleinvild) abgekühlt werden, die zum menschlichen Verzehr vorgesehenen Eingeweide auf nicht mehr als +3°C. Soweit es die klimatischen Verhältnisse erlauben, ist keine aktive Kühlung erforderlich (wird aber dringend empfohlen!).
- ◉ Bei der Abgabe ist das Fleisch in geeigneter Weise mit dem Hinweis „Wild aus Direktvermarktung“ unter Nennung des Jagdgebietes zu kennzeichnen. Wird das Fleisch verpackt (vakuumiert) an den Endverbraucher abgegeben, ist es gemäß der Verbraucherinformationsverordnung zu kennzeichnen; hier sind jedenfalls die Sachbezeichnung der Ware, die Wildart, „Wild aus freier Wildbahn“, der Name des Jägers, der Herkunftsort (Revier), die Nettofüllmenge und das Mindesthaltbarkeits- bzw. das Verbrauchsdatum sowie die Lagertemperatur anzugeben.
- ◉ Die Betriebsstätte, in der das Wild abgeschwartet bzw. aus der Decke geschlagen und zerwirkt wird, muss neben einer entsprechenden

DIREKTVERMARKTUNG?

Wildschinken, etwa hergestellt aus geräuchertem Rehschlägel, ist nicht innerhalb der 7-Tages-Frist herstellbar und kann somit auch nicht im Zuge der Direktvermarktung in Verkehr gebracht werden.



Ausstattung (siehe 4. Teil) über eine geeichte Waage verfügen.

- ◉ Im Zuge der Direktvermarktung hat die „Warenübergabe“ immer persönlich (von Hand zu Hand) zu erfolgen, das heißt, dass der Direktvermarkter seine Produkte nicht versenden darf – dies darf nur ein „zugelassener Betrieb“.
- ◉ Die Einhaltung einer „Guten Hygienepraxis“ muss gewährleistet sein.
- ◉ Für eine betriebseigene Dokumentation (Formulare zu Ausstattung und Betrieb, Kühlraum, Abfälle, Schädlingsbekämpfung usw.) ist zu sorgen.

Wo endet die Direktvermarktung?

Es stellt sich immer wieder die Frage, was noch Direktvermarktung ist und was nicht. Grundsätzlich ist das Inverkehrbringen von Wilderzeugnissen, die nicht in der gesetzlich geregelten 7-Tages-Frist hergestellt werden können, keine Direktvermarktung mehr. Wer also Fleisch oder Fleischprodukte nach dem Verstreichen der 7-Tages-Frist vermarkten will, was zum Beispiel bei Schinken oder Würsten so gut wie immer der Fall ist, hat eine Zulassung als Wildbearbeitungsbetrieb zu beantragen. Dies hat aber wiederum zur Folge, dass der Betrieb jährlichen gebührenpflichtigen Hygienekontrollen unterliegt und das in Verkehr gebrachte Wildfleisch zusätzlich zur Untersuchung durch die kundige Person von einem amtlichen Tierarzt beschaut werden muss (diese ebenfalls gebührenpflichtige Untersuchung erfolgt in der Regel nach dem Enthäuten des Tierkörpers).

Kauft der Jäger Wild aus anderen Revieren zu, in denen er nicht jagdausübungsberechtigt ist, und vermarktet dieses, ist er ebenfalls kein Direktvermarkter mehr, sondern übt eine Einzelhandelstätigkeit aus. Damit ist er ebenfalls an die 7-Tages-Frist gebunden und darf lediglich an Endkonsumenten abgeben. Aus lebensmittelhygienischer Sicht ergeben sich dabei zwar keine zusätzlichen Auflagen, aber aus Sicht des Gewerberechts wird hier klar ein Gewerbe ausgeübt – mit allen notwendigen Erfordernissen!



FOTOS I.M.G. MARTIN GRASBERGER

WEIDWERK-Test

Wildkühlschrank LU 9000 Premium

Das WEIDWERK testete über ein gesamtes Jagdjahr hinweg den Wildkühlschrank LU 9000 Premium der Fa. Landig. Das Gerät bietet Platz für bis zu 4 Stück Rehwild oder 2 Stück Schwarzwild. Durch die nutzbare Innenhöhe von 1.740 mm kann selbst mittelschweres Schwarzwild gestreckt aufgehängt werden. Platzprobleme sind lediglich bei stärkerem Rotwild zu erwarten. Der Stromverbrauch liegt bei nur 1,2 kWh/24 Stunden, der Temperaturbereich kann elektronisch von -5 bis +16°C reguliert werden. Dank eines Turbosystems kühlt das Gerät in nur wenigen Minuten auf die eingestellte Temperatur. Äußerst praktisch ist das Flex-Wildgehänge, kombiniert mit einer 800 mm langen, aufsteckbaren Außenbahn, die ein müheloses Hineinschieben der erlegten Stücke ermöglicht (das zweite Ende wird mit einer Kette und einem Karabiner an der Decke fixiert). Kombiniert mit einer kleinen Seilwinde, kann man mithilfe dieses Systems das Wild auch allein in den Kühlschrank schaffen. Sehr gut gefallen hat nicht zuletzt auch die einfache Reinigung: Ein Ablauf sorgt etwa dafür, dass Wildschweiß abfließen kann. Auch die Schweißwanne aus Edelstahl ist sehr praktisch. Außenmaße: 2.090×770×750 mm (H×B×T, mit Stellfüßen); Innenmaße: 1.740×675×585 mm; Preis: €1.349,-.