



Austausch Markennutzungsverträge

Häufig gestellte Fragen

Warum waren neue Verträge überhaupt notwendig?

Der Aufsichtsrat hat bereits im vergangenen Jahr die Vorstände beauftragt, die bestehenden Markennutzungsverträge bei Erzeugern, Händlern und Verarbeitern auszutauschen. Grund für diesen Auftrag waren nicht rechtskonforme Bestandteile des Vertrages. Eine ausführlichere Darstellung der Hintergründe finden Sie bei Ihren Vertragsunterlagen oder unter demeter.de/zertifizierung/austausch-markennutzungsvertraege

War es notwendig alle Verträge auszutauschen?

Nicht alle Verträge waren von den rechtlichen Bedenken betroffen. Da wir in der Vergangenheit für die einzelnen Gruppen (Winzer, Großhandel, Hofverarbeiter, etc.) jeweils einen separaten Vertrag hatten und dieser bei Neuvergabe z.T. angepasst wurde (z.B. bei Verarbeitern aktuell Version 36), hätte nur mit sehr großem Aufwand ein selektiver Austausch erfolgen können.

Zusätzlich gab es einige Neuerungen, wie die durch die außerordentliche Delegiertenversammlung beschlossenen Vertriebsgrundsätze, die in keinem Vertrag erwähnt waren.

Allein die Tatsache, dass es teilweise große Unterschiede in den Vertragstypen der verschiedenen Gruppen, als auch innerhalb der einzelnen Gruppen gibt, ist vor dem Hintergrund einer Diskriminierung von Mitgliedern weder vereinsrechtlich noch mit den Grundsätzen einer Kollektivmarke vereinbar und trifft darüber hinaus nicht unser Selbstverständnis einer Gleichbehandlung aller Partner, unabhängig von der Größe des Unternehmens und der Art des Unternehmenszwecks.

Um eine derartige Situation für die Zukunft zu verhindern, wurde beschlossen, alle Verträge auszutauschen.

Warum wurden die neuen Verträge vorab nicht in den Fachgruppen besprochen?

Im Wesentlichen haben wir nur die Architektur der Verträge geändert (s.u.), nicht jedoch die Inhalte (s.u.). Daher hielten wir einen ausführlicheren Konsultationsprozess nicht für erforderlich. Das war eine Fehleinschätzung, die wir bedauern. Für viele, vor allem vielleicht auch jene, die schon lange einen Vertrag haben, bedeutet der Austausch der Verträge, sich mit diesen befassen zu müssen. Dabei entstehen natürlich Fragen. Daher wäre es sinnvoll

gewesen, die Verträge vorab zu besprechen, die Fragen zu klären und Einvernehmen herzustellen.

Dafür war es dann zu wenig, dass wir einen Status-Quo-Bericht mit den Delegiertenunterlagen verschickt, die grundsätzliche Systematik auf dem großen Fachgruppentreffen im Januar vorgestellt und danach in Abstimmung mit dem Aufsichtsrat angepasst haben (z.B. die produktbezogene Einschränkung bei den Verarbeitern). Fachgruppen und Geschäftsführer der Landesarbeitsgemeinschaften haben die neuen Verträge im Vorfeld als Muster zur Kenntnis erhalten.

Trotz der zusätzlichen Kommunikation über Demeter Newsletter und Rundbriefe, ist es uns nicht gelungen, alle Demeter-Mitglieder auf einen Informationsstand zu bringen, der keine Rückfragen zu den neuen Verträgen offen lässt. Zur Behebung dieses Informationsdefizits soll diese Beantwortung der häufig gestellten Fragen und die untenstehende Aufstellung beitragen.

Gerne besprechen wir die Vertragsinhalte und vor allem etwaige Änderungen der Allgemeinen Geschäftsbedingungen bei den kommenden Fachgruppensitzungen.

Was hat sich inhaltlich in den neuen Verträgen geändert?

Im Grundsatz hat sich inhaltlich nichts an den Verträgen geändert. Neu aufgenommen wurde in die AGBs die Möglichkeit, dass der Demeter e.V. alle drei Jahre auf Kosten des Unternehmens ein Testat über die Bio- und Demeter-Umsätze verlangen kann. Damit setzen wir v.a. die Forderung um, die Vorgaben der Vertriebsgrundsätze zu Bio- und Demeter-Anteilen ggf. überprüfen zu können.

Wie sind die neuen Verträge aufgebaut?

Verändert hat sich vor allem die Architektur der Verträge. So haben wir für alle Gruppen einen einheitlichen und schlanken Vertrag formuliert. Von allen Bereichen, die ständigen Änderungen unterliegen (wie die Richtlinie oder die Beitragsordnung), haben wir keine Inhalte mehr übernommen, sondern lediglich auf das separate delegiertengelenkte Dokument verwiesen. Dazu gibt es zahlreiche Beispiele aus allen alten Verträgen: Hofverarbeiterverträge enthielten bspw. alle die damalige Umsatzgrenze von 300.000 €, nach Änderung durch die Delegiertenversammlung auf 200.000 €, taucht ständig die Frage auf, was jetzt Gültigkeit besitzt, der individuelle Vertrag oder die Beitragsordnung.

Daher hat dieses Vorgehen auch den Vorteil, dass wir einen einheitlichen Vertrag für alle haben, an dem zunächst keine Änderungen mehr vorgenommen werden müssen, während Details z.B. in den AGBs oder der Beitragsordnung über Fachgruppen und die Delegiertenversammlung jederzeit angepasst werden können.

Stellen die Verträge eine zunehmende Formalisierung und Bürokratisierung dar?

Aus den Rückmeldungen wurde auch klar, dass eine Reihe von Betrieben wenig Verständnis für den zunehmenden Formalismus der Verträge und der Allgemeinen Geschäftsbedingungen haben und sich von ihrem Verband mehr Kommunikation auf Augenhöhe und weniger rechtliche Verbindlichkeit erwarten.

Hier befinden wir uns in einem schnell wachsenden Verband zunehmend in einer Zwickmühle zwischen gleichlautenden Voraussetzungen für alle Betriebe zum einen und der unterschiedlichen Betriebsstruktur der einzelnen Unternehmen zum anderen. Daraus resultieren Regelwerke, die sich am oberen Ende, sprich multinationalen Unternehmen mit Rechtsabteilungen orientieren und wenig mit der Realität eines landwirtschaftlichen Gemischtbetriebes oder einer regionalen Bäckerei zu tun haben. Eine Situation, die insgesamt nicht neu ist und der wir auch in Zukunft mit dem nötigen Augenmaß und Verhältnismäßigkeit in der Umsetzung begegnen wollen.

Besonders wichtig ist in diesem Zusammenhang jedoch, dass es sich bei den Verträgen ja nicht um Verträge zwischen zwei Wirtschaftspartnern oder Unternehmen handelt, sondern um ein Vertrag des einzelnen Mitglieds mit der Gemeinschaft aller anderer Mitglieder. Die Verträge sind also in erster Linie ein Ausdruck des gemeinsamen Willens sowie des Schutzes und des Vertrauens untereinander.

Im weiteren Verlauf finden Sie eine Auflistung der bisher bei uns eingegangenen Fragen und kritischen Anmerkungen, sowohl grundsätzlicher Natur als auch konkret auf geänderte Paragraphen bezogen sowie die entsprechenden Antworten. Aufgrund der zahlreichen Versionen kann leider nicht sichergestellt werden, dass die jeweilige Nummerierung genau auf Ihren alten Vertrag zutrifft oder der Paragraph in ihrem alten Vertrag überhaupt vorhanden ist.

Markennutzungsvertrag

Verwendung von „biodynamisch“

Neuer Vertrag: § 1, Abs. 6; § 6, Abs. 2;

Alte Verträge: § 3, Abs. 1 (Erzeuger), § 3, Abs. 1 (Winzer), § 2, Abs. 1 (Großhandel), § 1, Abs. 1 (Verarbeitung)

Inhalt: Keine eigenen Markenmeldungen im Zusammenhang mit biodynamisch, keine Auszeichnung von nicht zertifizierten Produkten mit „biodynamisch“.

Frage: Biodynamisch als beschreibender Begriff kann nicht markenrechtlich geschützt werden, warum stellt ihr Mitglieder schlechter als Nicht-Mitglieder in der freien Verwendung?

Antwort: Es ist richtig, dass wir nach derzeitigem Stand nicht berechtigt sind, Dritten die Verwendung der Bezeichnung „biodynamisch“ zu untersagen. Die markenrechtliche Situation bedeutet aber im Umkehrschluss nicht, dass man sich innerhalb des Kollektivs keine gemeinsamen Regeln geben kann, unter welchen Gesichtspunkten der Begriff eingesetzt werden kann oder nicht. Das hat die Demeter-Gemeinschaft von Anfang an getan, die Richtlinie heißt seit jeher „Richtlinie für die Zertifizierung von Demeter und Biodynamisch“.

Nur weil einige wenige Dritte den Begriff in der Verbraucherkommunikation verwenden, halten wir es für die falsche Strategie, innerhalb der Gemeinschaft ebenfalls eine willkürliche Verwendung zu etablieren und nur noch Demeter-Markenprodukte zertifizieren. Gerade darin, dass wir momentan die Einzigen sind, die biodynamische Wirtschaftsweisen zu zertifizieren und durch ein etabliertes System absichern können, liegt unserer Ansicht nach

die Stärke im Vergleich zu anderen Parteien. Zumal ist dies Voraussetzung, um gegen die willkürliche Verwendung Dritter vorzugehen und sie zur Beteiligung innerhalb der Demeter-Zertifizierung zu gewinnen. Das zeigen aktuelle erfolgreiche Verhandlungen mit einzelnen Unternehmen.

Sollten sich Verträge, Vertriebsgrundsätze und Richtlinien nicht mehr auf die Gesamtheit der Kennzeichnungsformen (Markenbild, Siegel, Zutatenauslobung „Demeter“ und „Biodynamisch“) beziehen, wären weitreichende Veränderungen in den genannten Normen notwendig. Dazu war im Rahmen der Anfertigung der Verträge kein Auftrag zu erkennen.

Nachwirkung von „biodynamisch“

Neuer Vertrag: § 9 Abs.5

Alte Verträge: § 12, Abs. 4 (Erzeuger), § 12, Abs. 4 (Winzer), § 9, Abs. 5 (Verarbeitung/Handel); in allen Versionen ohne eine Frist von drei Jahren, sondern unbefristet.

Inhalt: Der Markenpartner ist verpflichtet, ab dem Zeitpunkt der Beendigung dieses Vertrages die Benutzung der Vertragsmarken und der Bezeichnung „biologisch-dynamisch“ bzw. entsprechender Abkürzungen z.B. „biodynamisch“ für einen Zeitraum von drei Jahren zu unterlassen.

Frage: Wenn der Begriff „biodynamisch“ nicht markenrechtlich schützbar ist, warum soll ich ihn als Nicht-Mitglied nach Kündigung dann nicht übergangslos nutzen können?

Antwort: Wir sind der Meinung, dass die Gemeinschaft der Demeter-Hersteller, -Händler und -Erzeuger mit großem ideellen und finanziellen Aufwand die Kollektivmarke Demeter und die Vermarktungsmöglichkeiten für Produkte aus biodynamischer Wirtschaftsweise aufgebaut und zu großem Vertrauen und Bekanntheit nach Innen und Außen entwickelt hat. Betriebe, die sich an der weiteren Entwicklung nicht mehr beteiligen wollen, sollten mit genügendem zeitlichen Abstand eigene Anläufe unternehmen oder die Gemeinschaft finanziell entschädigen. Weder Nachwirkung noch Vertragsstrafe sind neue Vertragsbestandteile, beide Vorgaben waren schon in den alten Verträgen formuliert, neu ist lediglich die nachwirkende Frist von drei Jahren. Über die Länge der Frist kann aber gesprochen werden.

Produktfreigabe

Neuer Vertrag: § 4. Abs. 2 und § 6, Abs. 1

Alte Verträge: § 9, Abs. 2 (Erzeuger); § 9, Abs. 2 (Winzer); § 5, Abs. 2 (Verarbeiter)

Inhalt: Voraussetzung für die Nutzung der Demeter-Marken, insbesondere die Kennzeichnung als Demeter-Produkte, ist außerdem die Einhaltung der Richtlinien für die Zertifizierung von „Demeter“ und „biodynamisch“, der Kennzeichnungsrichtlinie sowie der Vertriebsgrundsätze in der jeweils aktuell gültigen Fassung. Alle Demeter-Produkte müssen daher entsprechend der genannten Vorschriften vor Inverkehrbringung durch die zuständige Abteilung des Demeter e.V. zugelassen werden.

Der Markenpartner wird die Kennzeichnungsrichtlinie in der aktuell gültigen Fassung einhalten. Danach müssen insbesondere alle Entwürfe für Verpackungen, Etiketten, Kennzeichnungsmaterial, Marketingmaterial und Werbeanzeigen durch die zuständige Fachabteilung des Demeter e.V. zugelassen werden.

Frage: Hier gab es Rückfragen und Anmerkungen in zwei Richtungen: Sowohl der Aufwand sei für viele Erzeuger (z.B. bei Hofflyern) als auch für international agierende Unternehmen aufgrund der Anzahl zu hoch und nicht leistbar.

Antwort: Es handelt sich hierbei um keine neue Regelung. Eine Produktfreigabe auch bei Marketingmaterial gilt seit vielen Jahren und ist gleichzeitig eine Vorgabe der internationalen und der nationalen Richtlinie (3.7 Produktzulassung). Die Richtlinie präzisiert darüber hinaus Fristen und weitere Details, wie z.B. Marketingmaterial nur bei Herstellern und Händlern. Insgesamt halten wir die Freigabe von Produkten und Werbematerial für eine sinnvolle Maßnahme. Sie reduziert den Kontrollaufwand, erhöht den Anteil an Demeter-Rohstoffen in Demeter-Produkten und gibt den Kollegen fortwährend Gelegenheit, Verbesserungen anzuregen, wie z.B. aktuellere Grafikvorlagen zu verwenden oder Hinweise zum allgemeinen Kennzeichnungsrecht bei kleineren Herstellern oder Erzeugern.

In seltenen Fällen wird Marketingmaterial zurück gerufen, wenn bspw. mit großflächigem Logo-Einsatz der Eindruck vermittelt wird, alle Produkte seien Demeter und bei näherem Hinsehen sind es nur wenige Zutaten einzelner Produkte. Insgesamt stellt die Formulierung keine Änderung in den Verträgen dar und wir haben auch nicht vor, an den gut geübten Abläufen etwas zu ändern. Sollten Sie bis dato keine Probleme mit der Regelung haben, wird es diese auch in Zukunft nicht geben.

Wir haben den Eindruck, der Einsatz von Markenbild und Kennzeichnung ist in den meisten Unternehmen sehr gut geübt. Die Regelung betrifft in erster Linie Neumitglieder.

Die Freigabe von Marketingmaterial/Anzeigen betrifft die Erzeugung nicht. Dieser Passus ist in den Verträgen missverständlich formuliert, sie referenzierten auf die Kennzeichnungsrichtlinie (erster Satz) und dort wird Marketingmaterial nur für Verarbeitung/Handel präzisiert.

Änderung der Mehrheitsverhältnisse/Eigentümer

Neuer Vertrag: § 9, Abs. 3

Alte Verträge: § 9, Abs. 3 (Verarbeitung); § 13, Abs. 6 (Handel),

Inhalt: Ändern sich die wirtschaftlichen Mehrheitsverhältnisse bei einem Markenpartner wegen einer Veränderung der Eigentumsverhältnisse oder beteiligt sich ein Dritter direkt oder indirekt so an dem Markenpartner, dass sich die wirtschaftlichen Mehrheitsverhältnisse ändern, so ist dies dem Demeter e.V. unverzüglich nach Kenntnisnahme anzuzeigen. Der Demeter e.V. hat in diesem Fall das Recht, den Vertrag ohne Einhaltung der Kündigungsfrist zu kündigen.

Anmerkung: „Es kann nicht sein, dass der Verband so weit in die unternehmerische Entscheidung seiner Mitglieder eingreift.“

Antwort: Auch hier handelt es sich um keine neue, sondern um eine sehr alte Regelung. Dem Aufsichtsrat war auch explizit an einer Beibehaltung dieser Formulierung gelegen. Vor dem Hintergrund zunehmender Unternehmensübernahmen auch durch weniger bioaffine Unternehmensgruppen, soll dieser Passus zumindest die Möglichkeit eröffnen, bei bestimmten Unternehmensübernahmen ein neues Antragsverfahren auf Mitgliedschaft einzuleiten und im Rahmen dieses Verfahrens gemeinsame Werte zu identifizieren.

Demeter-Produkte nur an vertraglich verbundene Händler

Neuer Vertrag: § 5, Abs. 1 (national) Abs. 3 (international)

Alte Verträge: § 4, Abs. 2 und Abs. 5 (Verarbeiter), § 6, Abs. 2 (Erzeuger und Winzer)

Richtlinie: 7.3.3. Verkauf von Demeter-Produkten/Internationale Richtlinie; 3.4 Vertrags- und Kontrollpflicht/nationale Richtlinie.

Anmerkung (Zitat): „Kein Weingut, das wir kennen, kann seinen Wein zurzeit ausschließlich an Demeter-zertifizierte Händler verkaufen. Zum einen stehen dem gewachsene Strukturen entgegen, zum anderen können die bislang zertifizierten Händler, Reformhäuser und Naturkostläden die vorhandene Menge an Deutschem Demeter-Wein gar nicht aufnehmen.“

Das ist mit Sicherheit auch in anderen Branchen so. Die Aussage eines Gemüsebauern mag dafür exemplarisch herhalten: „Wenn ich mein erntefähiges Gemüse auf dem Feld stehen habe und es ist in einer Woche verdorben, kann ich nicht noch warten, bis mein neuer Abnehmer einen Vertrag mit dem Demeter abgeschlossen hat.“

Antwort: Auch hier handelt es sich um keine neue Regelung. Sowohl in der nationalen als auch der internationalen Richtlinie und sie war wortgleich in alten Vertragsversionen geregelt. Ob diese Regelung durchgehend Sinn macht, darüber kann man diskutieren. Derzeit erfüllt sie auf nationaler Ebene ihren Zweck zur Einhaltung der Vertriebsgrundsätze und einer lückenlosen Kontrolle der Wertschöpfungskette gut. Darüber hinaus ist diese Regelung unserer Meinung nach einer der Hauptgründe, weshalb bei Demeter im Gegensatz zu anderen Anbauverbänden sich alle Mitglieder der Wertschöpfungskette in fast allen Gremien begegnen und das Verbandsgeschehen gemeinsam gestalten. Eine Abkehr von der Regelung, auch den Großhandel über Mitgliedschaft einzubinden, können wir uns derzeit nicht vorstellen. Ein weiterer Grund ist die geteilte Mitgliedschaft bei der Markennutzung: Erzeuger in den regionalen Landesarbeitsgemeinschaften, Verarbeiter und Händler beim Demeter e.V.

Es ist auch bekannt, dass in einigen wenigen Branchen wie Winzer, Gastronomie und zunehmend im online-Handel, diese Regelung ihre Grenzen hat. Hier Lösungen zu finden, muss im Rahmen der Vertriebsgrundsätze und der Kontrolle angegangen werden und kann nicht über individuelle Markennutzungsverträge geregelt werden.

Belieferung Ausland

Neuer Vertrag: § 5, Abs. 3;

Alte Verträge: § 4, Abs. 5 (Verarbeiter), § 6, Abs. 5 (Großhandel)

Inhalt: Bei einer Belieferung ins Ausland hat sich der Vertragspartner durch Rücksprache bei der lokalen Demeter-Organisation oder Demeter e.V. zu vergewissern, dass die vor Ort

geltenden Grundsätze zum Vertrieb von Demeter-Produkten eingehalten werden. Durch Nachfrage beim Demeter e.V. oder anderen Demeter-Organisationen wird er sich auch vergewissern, dass die Kennzeichnungsrechte des § 1 nicht gegen verbandsexterne Markenrechte im Ausland verstoßen. Unterlässt er die Nachfrage, übernimmt er die Haftung im Fall der Verletzung verbandsexterner Markenrechte.

Anmerkung (Zitat): „In Bezug auf den Vertrieb im Ausland sollten wir darauf hinwirken, dass die verschiedenen ausländischen Demeter-Verbände gegenseitig ihre Regeln anerkennen, so dass erst gar keine Markenverletzungen entstehen können.“

Antwort: Hier liegt keine neue Regelung vor. Insgesamt läuft der internationale Markenschutz über Demeter-International sehr gut. In fast allen Kategorien konnten Markenrechte in den relevanten Ländern entsprechend gesichert werden. In einigen wenigen Fällen war es leider nicht erfolgreich, z.B. Kosmetik in den USA. Hier war aber nicht die fehlende gegenseitige Anerkennung Schuld, sondern ein US-amerikanischer Kosmetikhersteller war einfach schneller. In Bezug auf die Kennzeichnung von Produkten sind alle Kennzeichnungsrichtlinien weltweit kompatibel. Wenn die deutsche Richtlinie erfüllt ist, sind es automatisch alle anderen.

Das auch im Ausland unter Markenzeichen nur an vertraglich gebundene Händler verkauft werden darf, ist ebenfalls keine neue Regelung (siehe oben). Neu hinzugekommen ist, dass unter Umständen in Zukunft auch weitere Landesverbände mit selektiven Vertriebswegen arbeiten. Derzeit ist nur bekannt, dass Demeter-Frankreich daran arbeitet.

In allen drei Fällen (Markenrechte, Händler mit Vertrag und Vertriebsgrundsätze) war und ist es ratsam, mit der für Sie zuständigen Referent*in für Vermarktung Kontakt aufzunehmen, wenn sie erstmals Lieferbeziehungen im Geltungsbereich eines anderen Landesverbandes aufnehmen.

Uns ist bewusst, dass sich daraus zusätzlicher Aufwand für Sie generiert, aber umgekehrt haben deutsche Mitglieder auch wenig Interesse daran, dass durch die Delegiertenversammlung einstimmig verabschiedete Vertriebsgrundsätze durch ausländische Produkte unterlaufen werden.

AGB

Der Großteil der Rückmeldungen bezog sich nicht auf den Vertrag direkt, sondern auf die ebenfalls überarbeiteten *Allgemeinen Geschäftsbedingungen*, auf deren Gültigkeit in § 3 Abs. 1 des Vertrages hingewiesen wird. Eine Reihe von Regelungen aus den alten Verträgen wurden in die AGBs übernommen, um auch hier die Flexibilität aus den Basisverträgen heraus zu halten und Änderungen ohne Vertragsänderungen umsetzen zu können.

Grundsätzliches zu den AGBs/Erzeugung

Frage: Landwirte hatten bis dato gar keine AGBs, warum jetzt?

Antwort: Vieles, was in den AGBs geregelt ist, war bei den Landwirten bislang in einen Paragrafen des Vertrags oder einem der zahlreichen Vertrags-Anhänge geregelt. Um einer Diskriminierung von Mitgliedern entgegen zu wirken, war es zwingend notwendig, Markennutzungsverträge zur Nutzung der Kollektivmarke bzgl. des Inhalts einheitlich zu gestalten. Dementsprechend wurden auch aus den ehemaligen Erzeuger-, Hofverarbeiter- und Winzerverträgen einige Paragrafen und Anhänge in die AGBs übernommen und insgesamt die verbindliche Wirkung der AGBs für alle Verträge formuliert. Alternativ hätten wir alle Inhalte der ABGs in die Verträge übernehmen können, damit wären sie allerdings ebenfalls für alle gültig geworden und jede Änderung der ABGs hätte eine Änderung der Verträge zur Folge gehabt.

Relevant sind innerhalb der AGBs für die Erzeugung die Abschnitte 1 und 3 bis 6. Hierbei wurde

- 1.2 *Datenschutz* aus den alten Anhängen „Datenschutzrechtliche Erklärung“ der Erzeugerverträge übernommen und umformuliert. Entscheidende Änderungen hier, Beratung und Forschung können mit den entsprechenden Betriebsdaten versorgt werden. Das war in der Vergangenheit nur eingeschränkt möglich.
- 3. *Beitragsordnung* (ehemals § 4 „Schutzbeitrag“ in den alten Verträgen) neben der im Vertrag formulierten Gültigkeit der aktuellen Beitragsordnung präzisiert.
- 4. *Kontrollkosten* für Erzeuger neu aufgenommen. Die Kostenübernahme der Demeter-Kontrolle im Rahmen der Markennutzungsbeiträge war bis dato in den Erzeugerverträgen nicht formuliert und erfahrungsgemäß bei vielen Betrieben unbekannt. Hier wird neben der Beitragsordnung präzisiert, welche Kosten über Rahmenvereinbarungen mit den Kontrollstellen übernommen werden und welche nicht.
- 5. *Lastschriftpflicht* und Zahlungsweise grundsätzlich neu aufgenommen. Die Lastschriftpflicht für die ersten 36 Monate eines neuen Vertragsverhältnisses gilt nur für Neuverträge ab Gültigkeit der AGBs. Alle Verträge, die sich im Austausch befinden, sind davon nicht betroffen. Hier gilt nach wie vor die vereinbarte und geübte Zahlungsweise.
- 6. *Mahnung und Zahlungsverzug* aufgenommen. Diese Formulierung war bereits in der vorherigen Version der AGBs enthalten. Ob Zinsen in Höhe von 9 % - Punkten über dem jeweiligen Basiszinssatz der Deutschen Bundesbank angesichts der aktuellen Situation auf den Finanzmärkten noch vertretbar sind, darüber kann man sicherlich diskutieren.

Grundsätzlich wurden Änderungen und Ergänzungen zu den ABGs die Erzeugung betreffend mit den Landesarbeitsgemeinschaften abgestimmt, sowie deren Wünsche integriert. Auch von dieser Seite wurde eine Steigerung der Verbindlichkeit im Umgang mit Beitragszahlungen angeregt, um den im Zusammenhang mit diesem Thema traditionell hohen administrativen Aufwand zu reduzieren und mehr Zeit für entwickelnde Themen zu haben. Wir sehen durchaus auch, dass zunehmende Formalität bei Betrieben, die seit Jahrzehnten auf vertrauensvoller Basis mit dem Verband/den Verbänden zusammenarbeiten, Befremden auslöst. Wir bitten um Verständnis, dass wir es als eine unserer Aufgaben betrachten, so weit wie möglich zu verhindern, dass einzelne Mitglieder einen für die Gesamtheit nur schwer zu rechtfertigenden administrativen Aufwand verursachen.

Es geht uns nicht um grundsätzliches Misstrauen, sondern um einen effizienten Einsatz der Beiträge.

AGBs nur Verarbeitung/Handel:

Einzugsermächtigung in den ersten 36 Monaten des Vertragsverhältnisses

AGBs Neu: 5. (1)

Anmerkung: Substantiell neu, betrifft aber nur wirklich neue Verträge ab Gültigkeit der AGBs. Bei allen ausgetauschten Verträgen ändert sich nichts an den vereinbarten und geübten Zahlungsmodalitäten.

Mahnung Zahlungsverzug

AGBs Neu: 6. (2)

Anmerkung (Zitat): „Verzugszinsen in Höhe von 9 % über dem Basiszinssatz der Deutschen Bundesbank akzeptieren wir nicht. Die Höhe ist nicht angemessen.“

Antwort: Es liegt keine Änderung zur Vorgängerversion der AGBs vor, in älteren Vertragsversionen allerdings teilweise noch 8 % Zinsen. Ob die Höhe angesichts der aktuellen Situation auf den Finanzmärkten noch angemessen ist, darüber kann man sicherlich diskutieren und die AGBs entsprechend überarbeiten.

Abschlagszahlungen

AGBs Neu: 8.2 (1)

Anmerkung: Verpflichtende Abschlagszahlungen waren schon in den Vorgängerversionen der AGBs enthalten. Neu ist hier die monatliche Abschlagszahlung. Wir sind davon ausgegangen, dass die monatliche Zahlung im Sinne unserer Mitglieder ist.

Testatpflicht

AGBs Neu: 8.3 (1)/(2)

Anmerkung: Bis dato war die Beitragsprüfung innerhalb der Vorgängerversionen der AGBs bei ausbleibenden oder im Verdachtsfall falschen Beitragsmeldungen über eine Beitragsüberprüfung im Rahmen einer begleiteten Kontrolle geregelt. Diese Maßnahme, neben der üblichen Kontrollroutine, war im Einzelfall mit sehr hohen Kontroll-, Reise- und Personalkosten verbunden. Zusätzlich wurde dadurch der Betriebsablauf der betroffenen Betriebe empfindlich gestört.

Leider machen wir in sehr seltenen Fällen von Zeit zu Zeit die Erfahrung, dass die freiwillige Beitragsmeldung unvollständig abgegeben und das damit verbundene Vertrauen nicht von allen Mitgliedern entsprechend erwidert wird.

Ein buchhalterisch beglaubigtes Testat auf den Demeter-Umsatz erscheint uns als probates Mittel, den finanziellen Aufwand von Beitragsüberprüfungen für das Kollektiv und gleichzeitig den zeitlichen Aufwand für die jeweiligen Betriebe zu minimieren. Gleichzeitig haben wir nach einer aufwandminimierten Variante gesucht, in Zukunft die, durch die Vertriebsgrund-

sätze geforderten Bio- und Demeter-Anteile bei großen Unternehmen bei Bedarf zu verifizieren.

Feststellungsrechnung mit Aufschlag von 20 % auf die Vorjahresrechnung

AGBs Neu: 8.4 (7)

Anmerkung: Auch hier handelt es sich um keine neue Regelung, war bereits in den Vorgängerversionen der AGBs in der Höhe so geregelt; darüber hinaus in den alten Markennutzungsverträgen in Anhang 3 unter 8.. Zum beiderseitigen Schutz wurde in der neuen Version nur das Prozedere detaillierter geregelt.