

The Demeter logo is positioned at the top center of the page. It consists of the word "demeter" in a white, lowercase, sans-serif font, set against a dark orange rectangular background. A thin green horizontal line runs beneath the orange rectangle.

demeter

The background of the entire page is a close-up, shallow depth-of-field photograph of a golden wheat field. The wheat stalks are in sharp focus in the foreground, while the background is softly blurred, creating a warm and natural atmosphere.

# VERTRIEBSGRUNDSÄTZE

VERSION VOM 07.05.2024

GÜLTIG AB 28.05.2024

## Versionshistorie

Versionsnummer	Änderung	Datum
0.1	Dokumenterstellung	01.09.2019
0.2	Klarstellung der Begriffsbezeichnungen bei Handelspartnern: Ergänzung LEH bei Großhandel, Ausnahme der Gültigkeit der Vertriebsgrundsätze für die Einzelhandelsstufe Punkt 3, S.4	17.05.2022
2	Komplettüberarbeitung Definitionen verdeutlicht Änderung Anforderungen an Händler Detaillierte Änderungen siehe Dokument „Gegenüberstellung“	31.10.2023
3	Ergänzung des Verweises auf Kapitel 10 Anhang 1 Punkt 2 unter Punkt 3.4. betreffend die dezidierte Freigabe durch den Vorstand von Demeter Österreich. Ergänzung des Verweises auf Kapitel 5 unter Kapitel 2 Definitionen Punkt 2.2. Arten von Händler sowie unter Kapitel 3 Systematik Vertriebsgrundsätze Punkt 3.3. Ergänzung der Ausnahme für Händler der Kategorie 2 bei direkt Belieferung durch Demeter-Landwirte oder pauschalierte Demeter-Verarbeiter (keine Belieferung in Zentrallager) unter Kapitel 5 Anforderungen an Händler der Kategorie 2 sowie Kapitel 11 Anhang 2.	05.04.2024
4	Präzisierung von Punkt 1.11. und Anhang 1 Punkt 2 sowie Ergänzung des Verweises auf 1.11.	07.05.2024

Demeter Österreich  
 Mommsengasse 25/4  
 1040 Wien  
[info@demeter.at](mailto:info@demeter.at)  
[www.demeter.at](http://www.demeter.at)

## Inhalt

1.	Präambel.....	4
2.	Definitionen .....	5
2.1.	Arten von Mitgliedschaften .....	5
2.2.	Arten von Händlern.....	6
3.	Systematik der Vertriebsgrundsätze .....	7
4.	Vertrieb von Demeter-Markenprodukten.....	8
5.	Anforderungen an Händler der Kategorie 2 .....	9
6.	Markennutzungsrechte für Händler .....	10
7.	Ausrichtung am Leitbild von Demeter Österreich.....	11
8.	Weiterentwicklung der Vertriebsgrundsätze .....	11
9.	Sanktionen .....	11
10.	Anhang 1: Begriffsbestimmungen .....	12
11.	Anhang 2: Kriterien für Händler der Kategorie 2 .....	14
12.	Anhang 3: Übersicht Vertriebswege .....	16

*Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf eine gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten für alle Geschlechter.*

# 1. Präambel

- 1.1. Jeder Produzent von Demeter-Produkten, sei es ein landwirtschaftlicher Betrieb oder ein Verarbeiter, ist verpflichtet, bei der Herstellung seiner Produkte die Demeter-Richtlinien zur Erzeugung und Verarbeitung einzuhalten. Der Verkauf dieser Produkte unter der Marke „Demeter“ unterliegt ebenfalls Regeln, die sicherstellen sollen, dass die Integrität der Marke Demeter und das Vertrauen, das der Verbraucher in die Marke setzt, geschützt werden.
- 1.2. Die Marke Demeter steht für ein besonderes Qualitätsstreben, angeregt von Rudolf Steiner in den Vorträgen „Geisteswissenschaftliche Grundlagen zum Gedeihen der Landwirtschaft“ und „Nationalökonomischer Kurs“.
- 1.3. Ebenso hat das aktuelle Leitbild von Demeter Österreich eine zentrale Bedeutung im Bemühen der beteiligten Menschen rund um die Qualität der Marke Demeter und den Handel ihrer Produkte.
- 1.4. Rudolf Steiner gibt uns die Vision der Assoziation, wie die Aktivitäten des Wirtschaftslebens organisiert werden sollen. Die Vertriebsgrundsätze bilden einen Teil der rechtlichen Rahmenbedingungen dieser Assoziation. Das Wirtschaftsleben muss so gestaltet sein, dass allen Teilnehmern in der Bereitstellungskette (Landwirt, Verarbeiter, Händler) sowie Konsumenten im Sinne der Assoziation eine gute wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung ermöglicht wird.
- 1.5. Demeter Österreich ist bestrebt, eine größtmögliche Freiheit zur Weiterentwicklung aller Partner in der Bereitstellungskette zu gewährleisten. Die Vertragspartner erklären sich bereit, im Sinne des assoziativen Wirtschaftens gemeinsam diesen Prozess voranzutreiben.
- 1.6. Zum Schutz der besonders hohen Qualität der Marke Demeter wird der Vertrieb von Produkten mit der Marke Demeter daher an die Einhaltung qualitativer Kriterien geknüpft.
- 1.7. Demeter Österreich strebt eine langfristige Zusammenarbeit von Landwirten, Verarbeitern, Händlern und Konsumenten von Demeter-Produkten an = Partnerschaften.
- 1.8. Jedem nationalen Demeter-Verein, der Mitglied der „Biodynamic Federation Demeter International“ ist, steht es frei, seine eigenen Grundsätze für den Vertrieb und die Vermarktung von Demeter-zertifizierten Produkten in seinem Verantwortungsbereich festzulegen. Jedes Demeter-Mitglied muss die Kriterien des jeweiligen Landes erfüllen, in welches es Demeter-zertifizierte Produkte verkauft. Die vorliegenden Vertriebsgrundsätze gelten für alle Demeter-Landwirte, Demeter-Verarbeiter und Händler, die Demeter-Produkte in Österreich verkaufen.
- 1.9. Jedes Demeter-Mitglied in Österreich verpflichtet sich, die aktuell gültigen Vertriebsgrundsätze einzuhalten, und seine Handelspartner über die Existenz dieser

Grundsätze zu informieren. Es ist anschließend Sache dieser Handelspartner, diese Grundsätze bei der Vermarktung der Demeter-Produkte einzuhalten.

- 1.10. Bei allen Entscheidungen, die in Bezug auf Produkte, Mengen, Liefer- und Vertriebswege, Fristen, Preise und Bedingungen getroffen werden, ist zu beachten, dass es jedem Demeter-Mitglied freisteht, seine Verkaufsbedingungen selbst zu bestimmen, sofern seine Praktiken den geltenden rechtlichen Vorschriften, den Vertriebsgrundsätzen und den Demeter-Richtlinien entsprechen. Jedes Demeter-Mitglied handelt eigenständig im Interesse der Nachhaltigkeit seines Unternehmens und der Demeter-Gemeinschaft.
- 1.11. Demeter Österreich behält sich vor in besonders begründeten Fällen, mit einzelnen Produktgruppen zeitlich begrenzte Projekte zu ermöglichen.

## 2. Definitionen

### 2.1. Arten von Mitgliedschaften

Bei Demeter Österreich gibt es verschiedene Arten von Mitgliedschaften für die Produzenten von Demeter-Produkten. Für die verschiedenen Gruppen von Mitgliedern kommen die Vertriebsgrundsätze unterschiedlich zur Anwendung. Eine Definition ist daher nötig. Sinngemäß gelten diese Definitionen auch für die Mitglieder von allen anderen nationalen Demeter-Organisationen und von BFDI – Biodynamic Federation Demeter International.

- (A) **Demeter-Landwirte** sind Mitglieder beim Verein Demeter Österreich, die über einen gültigen Markenpflegevertrag „Landwirte/Erzeuger“ verfügen, die Anforderungen an eine ordentliche Mitgliedschaft laut den Vereinsstatuten erfüllen und bei denen nur eine landwirtschaftliche Demeter-Kontrolle durchgeführt wird.
- (B) **Demeter-Verarbeiter** sind Mitglieder beim Verein Demeter Österreich, die über einen gültigen Markenpflegevertrag „Verarbeiter/Rohwarenhändler“ verfügen, die Anforderungen an eine ordentliche Mitgliedschaft laut den Vereinsstatuten erfüllen und bei denen nur eine Demeter-Kontrolle für Verarbeitungsbetriebe durchgeführt wird.
- (C) **Pauschalierte Demeter-Verarbeiter** sind ordentliche Mitglieder von Demeter Österreich, die einen Markenpflegevertrag „Verarbeiter/Rohwarenhändler“ abgeschlossen haben, bei denen eine Demeter-Kontrolle für Verarbeitungsbetriebe durchgeführt wird und bei denen es sich um Unternehmen handelt, die vor allem aus steuerlichen Gründen einem landwirtschaftlichen Betrieb vorgeschaltet sind; deren Geschäftsführer oder Eigentümer oder dessen enge Familienangehörige ebenfalls landwirtschaftliche Mitglieder von Demeter Österreich sind; deren Tätigkeiten in enger Beziehung zum eigenen landwirtschaftlichen Betrieb stehen;

die hauptsächlich (>90%) die vom eigenen landwirtschaftlichen Betrieb stammenden Urprodukte im Verarbeitungsbetrieb veredeln und die aufgrund aller dieser Umstände nur den Mitgliedsbeitrag ohne Rücksicht auf die erzielten Umsätze einzahlen. Derartige Mitglieder, die zusätzlich Handel mit hoffremden Demeter-Produkten betreiben, zählen nicht zu den pauschalisierten Demeter-Verarbeitern sondern zu den regulären Demeter-Verarbeitern.

## 2.2. Arten von Händlern

Aufgrund der Vielfalt der österreichischen Handelsunternehmen und deren Fokussierung, Ausrichtung, Reichweite und Spezialisierung kommen die Vertriebsgrundsätze unterschiedlich zur Anwendung. Eine Definition der Handelspartner ist daher nötig.

(A) **Kategorie 1:** Händler, die aufgrund ihrer Ausrichtung **uneingeschränkt** mit Demeter-Produkten beliefert werden dürfen. Diese sind:

- **Naturkostfachhandel** (kurz: Fachhandel oder NKFH): Sind die Filial- und Einzelhändler, die ausschließlich ein Bio-Vollsortiment führen (Lebensmittel zu 95 % aus zertifiziertem biologischem Anbau, nicht gerechnet werden die nicht bio-fähigen Lebensmittel wie Wasser und Salz). Naturkostfachhändler bieten eine Beratung durch Fachkräfte. Sie führen, sofern ein Kosmetiksortiment existiert, mindestens zu 95 % echte Naturkosmetik (konform zu den Sortimentsrichtlinien des BNN). Sie führen, sofern ein Sortiment aus Wasch-, Putz- und Reinigungsmitteln existiert, mindestens 95 % ökologische Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel (konform zu den Sortimentsrichtlinien des BNN).
- **Reformhäuser:** Reformhäuser sind Einzelhandelsgeschäfte, deren Angebot unter anderem Lebensmittel, rezeptfreie Naturarzneimittel sowie Artikel für Körperpflege und Naturkosmetik umfasst. Im Lebensmittelsortiment erreichen Bio-Produkte einen Mindestanteil von 75 %.
- **Spezialgroßhändler:** Sind Großhändler, die sich auf bestimmte Warengruppen, wie z.B. Tee, Wein, Käse, spezialisiert haben und deren Sortiment überwiegend aus dieser speziellen Warengruppe besteht.
- **Spezialisierte Einzelhändler:** Sind Einzelhändler, die sich auf eine oder wenige Warengruppen wie z.B. Tee, Wein, Käse, Brot spezialisiert haben (geringe Sortimentsbreite mit großer Sortimentstiefe).
- **Spezialgeschäfte:** Sind Einzelhändler, die eine geringe Sortimentsbreite, dafür aber eine große Sortimentstiefe haben und Lebensmittel im Sortiment nur eine Nebenrolle spielen. Dazu zählen beispielsweise Weltläden oder Apotheken.

(B) **Kategorie 2:** Händler, die aufgrund ihrer Ausrichtung Mindestanforderungen laut Vertriebsgrundsätzen erfüllen müssen, um mit Demeter-Produkten handeln zu

dürfen. Händler der Kategorie 2 müssen einen **Markenpflegevertrag „Handel“** mit Demeter Österreich abschließen (vgl. Kapitel 5). Diese sind:

- **Handel B2B - Großhändler/Zwischenhändler:** Sind Händler, die Demeter-Produkte kaufen, um sie an Nicht-Endkunden / Wiederverkäufer weiterzuverkaufen. Sie nehmen dabei keinerlei Manipulation am Produkt, dessen Etikettierung, Verpackung, Aufmachung oder sonstigem vor. Großhändler verkaufen verkaufsfertig verpackte Demeter-Produkte.
- **Handel B2C - Einzelhändler:** Sind alle jene Unternehmen, die Demeter-Produkte direkt an Endkunden verkaufen und nicht in eine der in Kategorie 1 definierten Sparten hineinfallen (d.h. vor allem Lebensmitteleinzelhandelsgeschäfte ohne Fokus auf Bio-Produkte).

### 3. Systematik der Vertriebsgrundsätze

- 3.1. Zum Schutz der hohen Qualität der Marke Demeter steht auf der einen Seite der Grundsätze die besondere Ausrichtung auf den Naturkostfachhandel, einschließlich Reformhäuser. Auf der anderen Seite sollen Demeter-Produkte nur von Handelsunternehmen vertrieben werden, die ein Mindestmaß an hochwertiger Produktpräsentation und Orientierung an anthroposophischen Grundsätzen sicherstellen. Diese Mindestanforderungen sind in den Vertriebsgrundsätzen unter Punkt 5 und im Anhang 2 definiert.
- 3.2. Der Naturkostfachhandel ist der prädestinierte und bevorzugte Handelspartner für Demeter-Produkte. Demeter Österreich ist bestrebt, die strategische Partnerschaft mit dem Fachhandel zu stärken und auszubauen. Innovationen, Projekte und Marketing werden von Seiten Demeter Österreich insbesondere mit dem Naturkost-Fachhandel umgesetzt. Demeter pflegt die strategische Partnerschaft mit dem Fachhandel und steht mit diesem im Rahmen des Demeter-Marktförums in engem Dialog. Eine entsprechende Ausrichtung gilt auch gegenüber den Reformhäusern.
- 3.3. Handelspartner laut Kategorie 2, die mit Demeter-Produkten handeln wollen, müssen bestimmte Mindestkriterien erfüllen (vgl. Kapitel 5). Als wichtigste Kriterien werden herangezogen: Mindest-Bio-Umsatzanteil, Teilnahme an Betriebsentwicklungsgesprächen, herausgehobene Präsentation und Positionierung der Demeter-Produkte, Konzept für Nachhaltigkeitsmanagement, Unterstützung der Weiterentwicklung der biodynamischen Wirtschaftsweise, Bereitstellung von Informationsmaterial und Schulung des Personals. Die umsatzbezogenen Kriterien beziehen sich auf die gesamten mit Lebens- und Genussmitteln erzielten Verkaufserlöse des jeweiligen Handelspartners.

- 3.4. Handelsmarken- bzw. Eigenmarkenprodukte dürfen nicht unter Verwendung der Marke Demeter vertrieben werden (ausgenommen bei dezidiertem Freigabe s. 10. Anhang 1 Punkt 2).
- 3.5. Demeter Österreich ist bestrebt, die Selbstständigkeit der jeweiligen Stufen innerhalb der dreistufigen Bereitstellungskette (Landwirtschaft – Verarbeitung – Handel) zu bewahren und zu fördern. Eine verbindliche, langfristige Zusammenarbeit zwischen den Stufen wird angestrebt.
- 3.6. Eine Verfügbarkeit von Demeter-Produkten kann nicht immer gewährleistet werden. Sollte diese nicht gegeben sein, darf dies nicht durch Strafen/ Pönalen von Seiten der Händler von Demeter-Produkten geahndet werden.
- 3.7. Gastronomiebetriebe inkl. Gemeinschaftsverpflegung sind von der Anwendbarkeit der Vertriebsgrundsätze ausgenommen.

## 4. Vertrieb von Demeter-Markenprodukten

Demeter-Produkte können auf verschiedenen Kanälen vertrieben werden. Für manche kommen die Vertriebsgrundsätze nicht zur Anwendung.

- (A) **Direktvertrieb** an den Endkunden: Demeter-Landwirte, Demeter-Verarbeiter und pauschalierte Demeter-Verarbeiter sind berechtigt, ihre Produkte über jede Form des Direktverkaufs an Endverbraucher uneingeschränkt zu vermarkten. Sie können auch Verkaufsveranstaltungen organisieren, sofern die einschlägigen Vorschriften und Richtlinien eingehalten werden.
- (B) **Verkauf an Händler der Kategorie 1:** Demeter-Landwirte, Demeter-Verarbeiter und pauschalierte Demeter-Verarbeiter dürfen ihre Demeter-Produkte uneingeschränkt an Händler der Kategorie 1 verkaufen, sofern die Rechnungslegung direkt vom Demeter-Betrieb an den Händler der Kategorie 1 erfolgt und keine dritte Partei zwischengeschaltet ist.
- (C) **Verkauf an Händler der Kategorie 2:**
  - Großhändler** der Kategorie 2:
    - a. Demeter-Landwirte und pauschalierte Demeter-Verarbeiter dürfen ihre Demeter-Produkte an Großhändler uneingeschränkt verkaufen, sofern die Rechnungslegung vom Demeter-Betrieb direkt an den Großhändler erfolgt.
    - b. Für (nicht-pauschalierte) Demeter-Verarbeiter gilt: (Nicht-pauschalierte) Demeter-Verarbeiter dürfen ihre Produkte an Großhändler verkaufen, wenn diese die Kriterien für Händler der Kategorie 2 erfüllen und einen Markenpflegevertrag „Handel“ mit Demeter Österreich abgeschlossen haben.
  - Einzelhändler** der Kategorie 2:
    - c. Demeter-Landwirte und pauschalierte Demeter-Verarbeiter dürfen Händler der Kategorie 2 uneingeschränkt mit Demeter-Produkten beliefern, sofern

die Belieferung vom Demeter-Betrieb direkt an eine einzelne Verkaufsstelle (z.B. Filiale) und nicht über ein Zentrallager erfolgt.

- d. Für (nicht-pauschalierte) Demeter-Verarbeiter gilt: (Nicht-pauschalierte) Demeter-Verarbeiter dürfen ihre Demeter-Produkte an Einzelhändler der Kategorie 2 verkaufen, wenn diese die Kriterien für Händler der Kategorie 2 erfüllen und einen Markenpflegevertrag „Handel“ mit Demeter Österreich abgeschlossen haben.

## 5. Anforderungen an Händler der Kategorie 2

Händler der Kategorie 2, die mit Demeter-Produkten handeln möchten, müssen die folgenden Kriterien erfüllen. Ein Händler der Kategorie 2 ist davon ausgenommen, wenn er direkt von einem Demeter-Landwirt oder pauschalierten Demeter-Verarbeiter beliefert wird (keine Belieferung in Zentrallager):

- 5.1. Händler von Demeter-Produkten verpflichten sich vertraglich, die Vertriebsgrundsätze von Demeter Österreich einzuhalten. Großhändler verpflichten sich damit auch, die Demeter-Markenprodukte ausschließlich an Handelspartner weiterzuverkaufen, die ihrerseits die Vertriebsgrundsätze von Demeter Österreich für Händler einhalten. Auf Verlangen des Lieferanten und/ oder Demeter Österreich hat der Händler durch Vorlage entsprechender Unterlagen die Einhaltung der in diesem Kapitel definierten Kriterien nachzuweisen.
- 5.2. Händler von Demeter-Produkten haben einen Mindest-Bio-Anteil am Verkaufserlös von Lebens- und Genussmitteln (ohne Berücksichtigung von Non-Food), der nicht mehr als 5% unter dem durchschnittlichen Bio-Umsatz des Lebensmitteleinzelhandels liegt, der jährlich von der RollAMA ermittelt wird (*Stand 2022: 11,5%*).
- 5.3. Es wird angestrebt, dass in jedem Sortimentsbereich (Obst & Gemüse, Frische, Trocken, Tiefkühl, Fleisch) Demeter-Produkte angeboten werden.
- 5.4. Händler von Demeter-Produkten führen mit Demeter Österreich ein Betriebsentwicklungsgespräch, wie in Anhang 1 und 2 präzisiert. Das Betriebsentwicklungsgespräch erfolgt nach an der Betriebsgröße und -komplexität ausgerichteten Vorgaben von Demeter Österreich.
- 5.5. Händler von Demeter-Produkten weisen ein Konzept zum Nachhaltigkeitsmanagement vor, das faire und langfristige Beziehungen mit den Lieferanten und Kunden, die Auswahl von Lieferanten anhand von Nachhaltigkeitskriterien, angemessene Entlohnung und soziale Standards für die Mitarbeiter, sowie Fairness innerhalb der gesamten Bereitstellungskette im Sinne des assoziativen Wirtschaftens gegenüber dem Hersteller bzw. den Endkunden beinhaltet.

- 5.6. Von Demeter Österreich wird ein einmaliger Markterschließungsbeitrag sowie ein jährlicher umsatzbezogener Markenpflegebeitrag eingehoben. Weiters wird eine Vertragsbearbeitungsgebühr verrechnet (siehe Anhang 2, 5.3).
- 5.7. Unabhängig davon übernimmt der Händler zur Unterstützung der Weiterentwicklung der biologisch-dynamischen Wirtschaftsweise ein Projekt wie beispielsweise die Förderung von Züchtung, Forschung oder Bildungsarbeit. Das ist Bestandteil der Unternehmensstrategie der Händler von Demeter-Produkten.
- 5.8. Soweit Händler von Demeter-Produkten eigene Verkaufsstätten betreiben, müssen diese den Anforderungen in den Punkten 5.10.-12. genügen.
- 5.9. Werbung des Händlers bzw. der Verkaufsstätte muss Demeter Österreich zeitgerecht, jedenfalls aber zumindest 14 Werktage vor beabsichtigter erstmaliger Schaltung zur Ansicht vorgelegt werden und darf erst nach Freigabe durch Demeter Österreich bzw. nach Verstreichen einer Frist von 7 Werktagen ohne Rückmeldung von Demeter Österreich geschaltet werden.

Für Verkaufsstätten von Händlern der Kategorie 2 gelten folgende Anforderungen:

- 5.10. In den Verkaufsstätten wird für Kunden gut sichtbar und in unmittelbarer räumlicher Nähe zu den Demeter-Produkten Informationsmaterial zur biologisch-dynamischen Wirtschaftsweise bereitgestellt.
- 5.11. In der Verkaufsstätte hat während der gesamten Öffnungszeiten mindestens ein Demeter-Botschafter gemäß Anhang 2 anwesend zu sein.
- 5.12. Demeter-Produkte werden in den Verkaufsstätten als Premiumprodukte präsentiert und müssen sich vom übrigen Sortiment abheben (u.a. Kennzeichnung der Regalflächen, besondere Hinweise). Die Präsentation muss dem biodynamischen Charakter der Produkte – qualitativ hochwertige, natürliche Anmutung – gerecht werden.

## 6. Markennutzungsrechte für Händler

Für die verschiedenen Kategorien von Händlern gelten unterschiedliche Markennutzungsrechte.

### **(A) Händler der Kategorie 1:**

- Die Verwendung der Demeter-Marken in gedruckter und digitaler Form ist erlaubt.
- Nicht erlaubt ist die Nutzung der Demeter-Marken auf Handels- bzw. Eigenmarken.

### **(B) Händler der Kategorie 2:**

- Ein Händler der Kategorie 2 darf dann die Demeter-Marken nutzen, wenn ein Markenpflegevertrag „Handel“ abgeschlossen wurde. Die Markennutzungsrechte sind vertraglich geregelt.
- Wird kein derartiger Vertrag abgeschlossen, ist sowohl die Belieferung durch Großhändler und durch Demeter-Verarbeiter als auch jegliche Nutzung der Bezeichnung „Demeter“ und der Demeter-Marken untersagt.

## 7. Ausrichtung am Leitbild von Demeter Österreich

Demeter-Vertragspartner und Mitglieder sind den Grundsätzen des Demeter-Leitbilds von Demeter Österreich verpflichtet und integrieren dieses in ihre Unternehmensphilosophie.

## 8. Weiterentwicklung der Vertriebsgrundsätze

Die aktuellen Vertriebsgrundsätze wurden nach intensiven Diskussionen und genauer Prüfung erstellt. Die Komplexität des Marktes und die vielfältigen Interessen, die sich daraus auch innerhalb der Demeter-Wertegemeinschaft ergeben, erfordern einen kontinuierlichen Verbesserungs- und Abstimmungsprozess. Demeter Österreich behält sich daher vor, entsprechend den Erfordernissen des Marktgeschehens Adaptierungen vorzunehmen.

## 9. Sanktionen

Demeter-Landwirte, pauschalierte Demeter-Verarbeiter, Demeter-Verarbeiter und Händler sind angehalten, auf die Einhaltung der Vertriebsgrundsätze durch die Vertriebspartner zu achten. Verstöße oder Unregelmäßigkeiten sind der Demeter Geschäftsstelle unverzüglich zu melden.

Für den Fall eines Verstoßes gegen die Vertriebsgrundsätze sind folgende Sanktionen vorgesehen:

- 9.1. Bei unrechtmäßigem Verkauf von Demeter-Produkten wird das 5-fache des mit dem Produkt erzielten Umsatzes als Pönale an Demeter Österreich fällig.
- 9.2. Ein Verstoß der Vertragspartner gegen die Vertriebsgrundsätze von Demeter Österreich kann zum Entzug der Berechtigung zum Handel und Verkauf von Demeter Produkten führen.
- 9.3. Eine sorgfältige Trennung von Demeter und Bio oder gar konventionellen Produkten muss jedenfalls gesichert sein, ein Verstoß kann zu einem Entzug der Berechtigung zum Handel und Verkauf von Demeter-Produkten führen.

## 10. Anhang 1: Begriffsbestimmungen

Alle Begriffsdefinitionen folgen – sofern hier nicht weiter ausgeführt – dem österreichischen Steuer- und Handelsrecht sowie Begriffen der Anthroposophischen Wertegemeinschaft.

### 1. Die Demeter-Marken

Die Demeter-Marken werden als klassische Marke mit einem umfassenden Qualitätsversprechen für die Demeter-Markengemeinschaft aus Landwirten und Verarbeitern und auf deren eigenen (Marken-)Produkten als Co-Marke geführt. Händler dürfen die Demeter-Marke nur dann als Co-Marke auf ihren Produkten führen, wenn es ein entsprechendes Projekt mit Demeter Österreich gibt.

Es gibt die Demeter-Wortbildmarke, die Demeter-Blume sowie das biodynamische Siegel. Das biodynamische Siegel wird von Demeter Österreich nicht vergeben. Produkte mit einem biodynamischen Siegel, die von anderen nationalen Demeter-Organisationen freigegeben wurden und somit den Demeter-Richtlinien entsprechen, dürfen in Österreich verkauft werden.



### 2. Handelsmarke

Handelsmarken, auch als Händler-, Haus- oder Eigenmarken bezeichnet, sind Waren- oder Firmenkennzeichen, mit denen eine Handelsunternehmung, Genossenschaft oder Einkaufs-Verbundgruppe Waren markiert oder markieren lässt, um die so gekennzeichneten Waren exklusiv und in den eigenen oder der Regie einer Genossenschaft oder Einkaufs-Verbunds unterliegenden Verkaufsstätten zu vertreiben. Eine Handelsmarke ist eine Marke, die sich im rechtlichen Eigentum einer Handelsunternehmung befindet und mit der die jeweilige Handelsunternehmung Artikel kennzeichnet.

Demeter Österreich erteilt keine allgemeinen Freigaben für Produkte von Handels- bzw. Eigenmarken in Verbindung mit der Demeter-Wortbildmarke oder dem biodynamischen Siegel (in besonders begründeten Fällen s. Punkt 1.11.).

### 3. Betriebsentwicklungsgespräche

Ein entscheidendes Instrument der Demeter-Gemeinschaft sind die Betriebsentwicklungsgespräche. Sie dienen der Selbst- und Fremdrelexion anhand der Grundsätze des Demeter-Leitbilds, der gegenseitigen Wahrnehmung und des Umsetzens der assoziativen Idee des Wirtschaftens, eröffnen einen Raum zur Besinnung auf Wesentliches und Notwendiges, fördern weitere individuelle Entwicklungsvorhaben und unterstützen bei der Umsetzung. Die Betriebsentwicklungsgespräche sind inhaltlich freilassend. Die Betriebsentwicklungsgespräche werden von Demeter Österreich dokumentiert.

### 4. Demeter-Schulung

Eine von Demeter Österreich anerkannte Demeter-Schulung ist mindestens ein zweitägiges Seminar, das auf einem Demeter-Hof stattfindet. Es wird definiert in Demeter-Schulung für Mitarbeiter sowie Demeter-Schulung für Führungskräfte. Führungskräfte aller Ebenen, welche für einzelne Bereiche verantwortlich sind (Sortimentsleiter, etc.), müssen zumindest den Demeter Grundkurs Handel absolvieren. Alternativ dazu kann von Demeter Österreich auch eine, dem Grundkurs entsprechende, interne Schulung angeboten werden.

Die Schulungskosten müssen vom Vertragspartner übernommen werden.

### 5. Genussmittel

Unter Genussmittel werden „alkoholische Getränke“ verstanden.

### 6. Verkaufsstätten

Sind die Handelsstätten, in denen Lebens- und Genussmittel an Endverbraucher verkauft werden.

# 11. Anhang 2: Kriterien für Händler der Kategorie 2

Ein Händler der Kategorie 2 ist davon ausgenommen, wenn er direkt von einem Demeter-Landwirt oder pauschalierter Demeter-Verarbeiter beliefert wird (keine Belieferung in Zentrallager).

## 1. Mindest-Bio-Anteil am Verkaufserlös von Lebens- und Genussmitteln

Händler von Demeter-Produkten haben einen Mindest-Bio-Anteil am Verkaufserlös von Lebens- und Genussmitteln (ohne Berücksichtigung von Non-Food), der nicht mehr als 5% unter dem durchschnittlichen Bio-Umsatz des Lebensmitteleinzelhandels liegt. Referenzwert für den durchschnittlichen Bio-Umsatz des Lebensmitteleinzelhandels ist der wertmäßige Bioanteil in Prozent laut RollAMA (*Stand 2022: 11,5%*).

## 2. Mindestanzahl an Demeter-Botschaftern

Es muss während der gesamten Öffnungszeiten eine angemessene Anzahl an Demeter-geschulten Mitarbeitern (Demeter-Botschafter) in den Verkaufsstätten präsent sein, die alle 3 Jahre an einer Demeter-Schulung im Sinne der Definition im Anhang 1, Punkt 4 teilgenommen haben und zu Demeter-Produkten und deren Philosophie Auskunft geben können.

In jeder Verkaufsstätte ist durch eine von Demeter Österreich anerkannte Schulung mindestens ein Mitarbeiter als Demeter-Botschafter qualifiziert. Bei größeren Verkaufsstätten werden mehrere Demeter-Botschafter empfohlen. Die Ausbildung der Marktleiter und deren Stellvertreter ist vorteilhaft.

Das Ziel ist, dass nach Ausarbeitung einer Internet-Schulung, alle Mitarbeiter, welche im Lebensmittelbereich tätig sind, eine derartige zusätzliche Ausbildung absolvieren.

Schulungsunterlagen müssen jedenfalls für eigenständige Weiterbildung den Mitarbeitern nachweislich zur Verfügung gestellt werden (E-Learning). Die Schulungsunterlagen werden vom Vertriebspartner gemeinsam mit Demeter Österreich erarbeitet und von Demeter Österreich freigegeben.

## 3. Häufigkeit der Betriebsentwicklungsgespräche

Mindestens 1 x pro Jahr sollte mit jedem Vertragspartner ein Betriebsentwicklungsgespräch stattfinden.

## 4. Markenpflegebeitrag

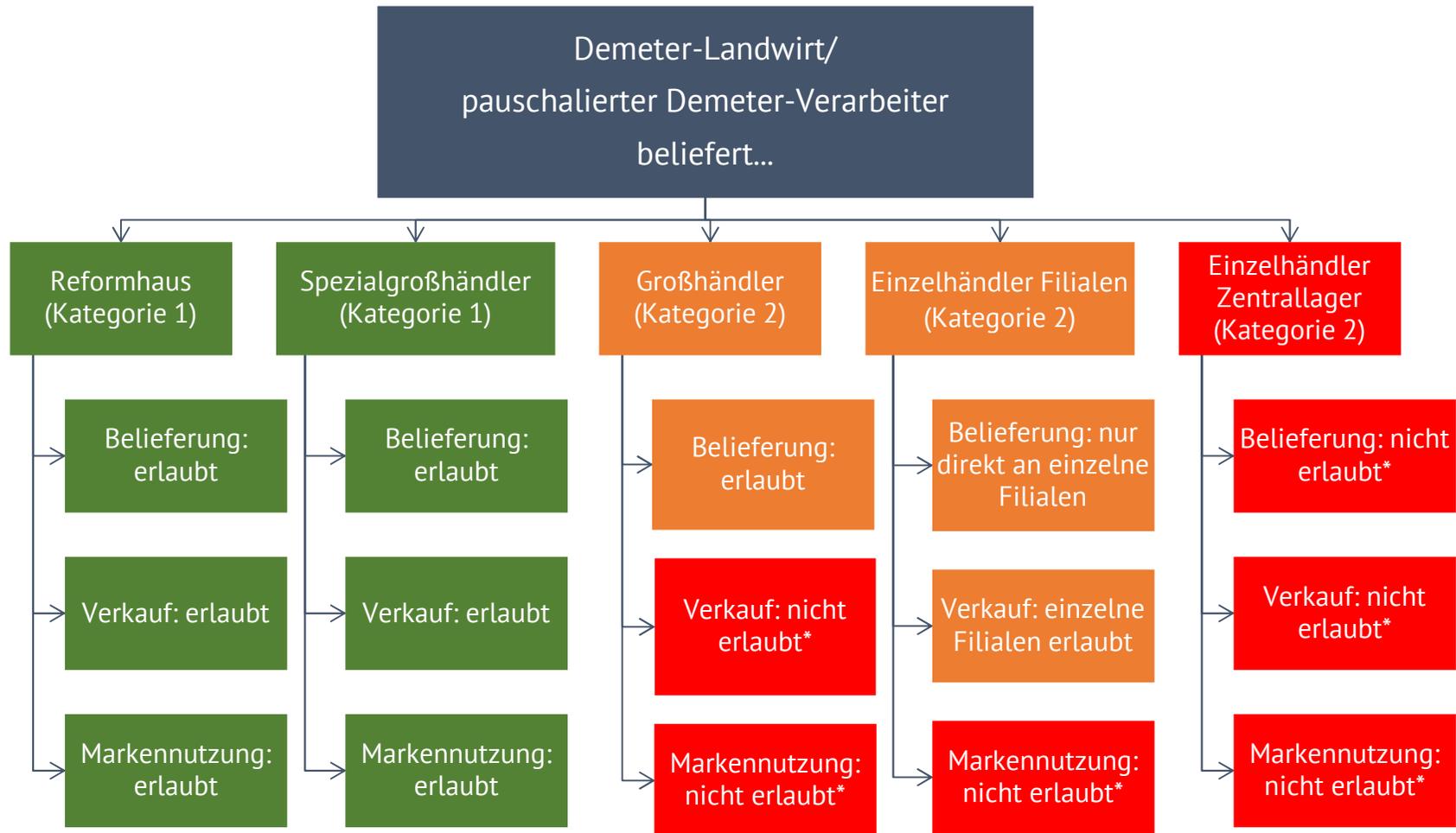
Demeter Österreich hebt von den Vertriebspartnern, die diesen Vertriebsgrundsätzen unterliegen, einen umsatzbezogenen Markenpflegebeitrag ein.

Der Markenpflegebeitrag setzt sich zusammen aus einem Grundbeitrag von Euro 500,- netto im Jahr, sowie einem umsatzbezogenen Beitrag von 0,7% vom Vorjahresumsatz mit Demeter-Produkten.

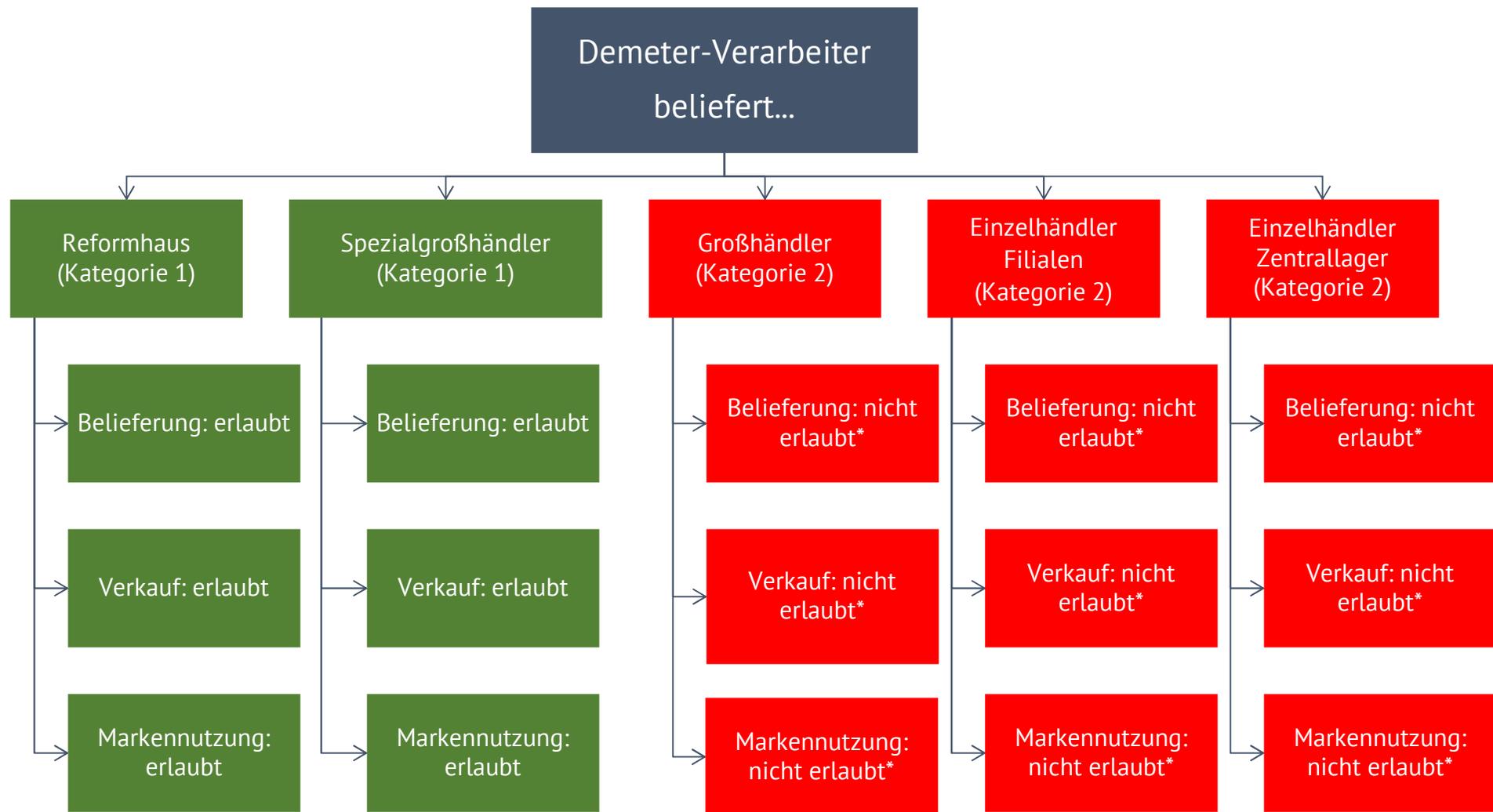
## 5. Markterschließungsbeitrag

- 5.1. Für die Vergabe von Markenpflegeverträgen kann der Vorstand von Demeter Österreich einen Markterschließungsbeitrag erheben. Die Vertragspartner anerkennen damit den Wert der Marke Demeter, der durch die weltweite Demeter-Markengemeinschaft seit 1928 aufgebaut und gepflegt wird und beteiligen sich an seiner Weiterentwicklung.
- 5.2. Der Markterschließungsbeitrag wird betriebsindividuell in Abhängigkeit von Branche, Bio-Anteil und Umsatzhöhe einerseits und andererseits aufgrund des für Demeter Österreich anfallenden Aufwands für die Vertragsvergabe festgelegt.
- 5.3. In der Berechnung des anfallenden Arbeitsaufwandes für die Vertragsvergabe kann der Vorstand angemessene Pauschalen festlegen. Darüber hinaus kann er im Einzelfall die tatsächlich angefallenen Kosten anhand des Stundenaufwandes zzgl. Gemeinkosten berechnen. Der Aufwand ist erfolgsunabhängig zu erstatten. Eine Vertragsbearbeitungsgebühr von 250,- wird bei erfolgreichem Vertragsabschluss verrechnet.

## 12. Anhang 3: Übersicht Vertriebswege



\* Nur mit Markenpflegevertrag „Handel“



\* Nur mit Markenpflegevertrag „Handel“