

Vertrag

zur Teilnahme an der
„Qualitäts- und Herkunftsrichtlinie für bäuerliche Direktvermarkter“ i.d.g.F.,
abgeschlossen zwischen der Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH (AMA-Marketing),
1200 Wien, Dresdner Straße 68a, und folgendem Teilnehmer:

Teilnehmer: Vorname, Nachname/Hofname/Firma/Rechtsform/Organisation:
Adresse des Teilnehmers: Adresse des/der teilnehmenden Betriebsstandorte(s) und Teilnahmenummer(n) (LFBIS.Nr.):
Zeichnungsberechtigte Ansprechperson:
Geburtsdatum der zeichnungsberechtigten Ansprechperson:
Telefon-Nr. und E-Mail der Ansprechperson:

1. Allgemeine Bestimmungen

- 1.1. Die Teilnahme an der „Qualitäts- und Herkunftsrichtlinie für bäuerliche Direktvermarkter“ in der geltenden Fassung darf an den oben angeführten Betriebsstandorten ausgewiesen werden.

2. Pflichten des Teilnehmers

- 2.1. Mit Vertragsunterfertigung bestätigt der Teilnehmer auch die Kenntnisnahme der auf der Website der AMA-Marketing in der geltenden Fassung (i.d.g.F.) abrufbaren
- 2.1.1. Richtlinie „Qualitäts- und Herkunftsrichtlinie für bäuerliche Direktvermarkter“,
 - 2.1.2. des Leitfadens zur Zeichenverwendung und Kommunikation und
 - 2.1.3. des Tarifmodells.
- Er verpflichtet sich zur Einhaltung derselben und der sonstigen bezughabenden rechtlichen Vorschriften.
- 2.2. Der Teilnehmer hat alle Betriebsstandorte zu Beginn sowie jeweils bei Änderungen der AMA-Marketing schriftlich bekannt zu geben, um Richtlinienkonformität zu gewährleisten.

Bereits ab Unterzeichnung dieses Vertrages verpflichtet sich der Teilnehmer, Audits der Betriebsstandorte durch ausgewiesene Auditoren auf ihre Übereinstimmung mit der Richtlinie „Qualitäts- und Herkunftsrichtlinie für bäuerliche Direktvermarkter“ zu den üblichen Geschäftszeiten und Betriebszeiten zu ermöglichen. Der Teilnehmer verpflichtet sich, die Kontrollstelle und die AMA-Marketing bei der Erfüllung ihrer Aufgaben zu unterstützen, insbesondere diejenigen Unterlagen und Nachweise vorzulegen, die notwendig sind, um die Einhaltung der übernommenen Verpflichtungen überprüfen zu können, die Einsichtnahme in die in Betracht kommenden Aufzeichnungen, sowie den Zugang zu allen für das Audit relevanten Räumlichkeiten und den Lagern zu gestatten. Das zur Dokumentation der Auditergebnisse erforderliche Anfertigen von z.B. (digitalen) Fotografien und Fotokopien ist zuzulassen. Zur Überprüfung allfällig getätigter Herkunftsangaben hat der Teilnehmer entsprechende Nachweise zu erbringen.

- 2.3. Der Teilnehmer stellt sicher, dass die erforderliche Eigenkontrolle in den oben angeführten Betriebsstandorten durchgeführt wird und das Personal entsprechend den Anforderungen der Richtlinie „Qualitäts- und Herkunftsrichtlinie für bäuerliche Direktvermarkter“ eingewiesen und geschult wird.
- 2.4. Der Teilnehmer schließt mit einer von der AMA-Marketing autorisierten Kontrollstelle einen Kontrollvertrag ab oder lässt sich durch eine von der AMA-Marketing beauftragte Kontrollstelle auditieren, wodurch die Durchführung des Audits in den oben angeführten Betriebsstandorten des Teilnehmers auf Einhaltung der in der Richtlinie „Qualitäts- und Herkunftsrichtlinie für bäuerliche Direktvermarkter“ festgelegten Kriterien sichergestellt ist. Jeder Vertragsabschluss sowie jede Vertragsauflösung mit einer dafür zugelassenen Kontrollstelle ist der AMA-Marketing ohne Verzug schriftlich mitzuteilen.

3. Nutzungsrecht an der Marke

- 3.1. Der Teilnehmer ist ab Vorliegen aller Voraussetzungen berechtigt, das Zeichennutzungsrecht gemäß dem Leitfadens zur Zeichenverwendung und Kommunikation auszuüben.

4. Pflichten der AMA-Marketing

- 4.1. Die AMA-Marketing verpflichtet sich, dem Teilnehmer ab Vorliegen aller Voraussetzungen das Zeichennutzungsrecht gemäß dem Leitfadens zur Zeichenverwendung und Kommunikation zu gewähren.
- 4.2. Die AMA-Marketing verpflichtet sich, dem Teilnehmer Änderungen der Richtlinie „Qualitäts- und Herkunftsrichtlinie für bäuerliche Direktvermarkter“ rechtzeitig vor Inkraftsetzung, jedoch mindestens 30 Tage zuvor, mitzuteilen.

5. Sanktionen

- 5.1. Der Teilnehmer haftet der AMA-Marketing für die Einhaltung der Richtlinie „Qualitäts- und Herkunftsrichtlinie für bäuerliche Direktvermarkter“. Über die Verpflichtung zur Bezahlung der Auditkosten hinaus, kann ein Verstoß gegen die Bestimmungen – nach Maßgabe des Verschuldens und der Art bzw. Schwere des Verstoßes – nachstehende Sanktionen zur Folge haben.

5.1.1. Stufe 1:

Bei geringfügig formalen Abweichungen (z.B. bei Fehlern im Aufzeichnungswesen, die sofort als unbedeutend und unbeabsichtigt identifizierbar sind und auf das Ergebnis oder die Aussage keinen oder nur vernachlässigbaren Einfluss haben, Zahlendreher, leichte Mängel bei der guten Herstellungspraxis (Hygiene) etc.) erfolgt eine Vorgabe von Korrekturmaßnahmen unter Fristsetzung.

5.1.2. Stufe 2:

Bei mittelgradigen Abweichungen (z.B. mittlere Mängel bei der guten Herstellungspraxis (Hygiene), Wiederholungsfälle von Unregelmäßigkeiten gemäß Sanktionsstufe 1 etc.) erfolgt eine Vorgabe von Korrekturmaßnahmen unter Fristsetzung zur Nachreichung von Dokumenten.

5.1.3. Stufe 3:

Bei groben Abweichungen (z.B. wesentliche Aufzeichnungen wie Lieferscheine fehlen bzw. sind grob mangelhaft, grobe Mängel bei der guten Herstellungspraxis (Hygiene) oder Wiederholungsfälle von Unregelmäßigkeiten gemäß Sanktionsstufe 2 etc.) erfolgt eine Vorgabe von Korrekturmaßnahmen unter Fristsetzung. Weiters sind die Kosten von erforderlichen Nachaudits vom Teilnehmer zu tragen.

5.1.4. Stufe 4:

Bei schwerwiegenden Verstößen (z.B. massive Mängel bei der guten Herstellungspraxis (Hygiene), Dokumentenfälschung, Falschkennzeichnung in großem Ausmaß Wiederholungsfälle von Unregelmäßigkeiten gemäß Sanktionsstufe 3 etc.) oder bei Verhinderung oder Verweigerung des Audits erfolgt ein sofortiger Ausschluss aus der „Qualitäts- und Herkunftsrichtlinie für bäuerliche Direktvermarkter“. Es sind unverzüglich sämtliche Kommunikationsmaßnahmen gemäß Leitfaden zur Zeichenverwendung und Kommunikation zu entfernen und die Kosten von erforderlichen Nachaudits sind vom Teilnehmer zu tragen.

6. Ausschluss aus der Richtlinie „Qualitäts- und Herkunftsrichtlinie für bäuerliche Direktvermarkter“

6.1. Die AMA-Marketing ist zum sofortigen Ausschluss des Teilnehmers aus dem System der Richtlinie „Qualitäts- und Herkunftsrichtlinie für bäuerliche Direktvermarkter“ berechtigt, wenn

6.1.1. es zur Verhinderung oder Verweigerung des Audits kommt;

6.1.2. die Eröffnung eines Insolvenzverfahrens gegen den Teilnehmer mangels Masse abgelehnt wurde;

6.1.3. der Teilnehmer wiederholt Verpflichtungen (insbesondere bei der Umsetzung der Informationsvorgaben bei Herkunft und Haltungsform) aus der Richtlinie „Qualitäts- und Herkunftsrichtlinie für bäuerliche Direktvermarkter“ nicht erfüllt hat;

6.1.4. die Auditkosten trotz Mahnung und/oder die Mahnspesen nicht vollständig und/oder nicht fristgerecht bezahlt wurden.

7. Datenverwendung gemäß Datenschutzgrundverordnung und Datenschutzgesetz (DSGVO, DSG)

7.1. Um die Teilnahme an dieser Richtlinie abwickeln zu können, werden zu Abwicklungs- und Auditzwecken

7.1.1. die im Rahmen einer Beratung erhobenen Daten an die AMA-Marketing übermittelt;

7.1.2. diese Daten von der AMA-Marketing an die vom Teilnehmer oder der AMA-Marketing beauftragte Kontrollstelle zum Zweck der Durchführung des Audits übermittelt;

7.1.3. die im Zuge des Audits erfassten Daten von der Kontrollstelle an die AMA-Marketing übermittelt;

7.1.4. alle mit der Teilnahme im Zusammenhang stehenden Daten des Teilnehmers von der AMA-Marketing verarbeitet.

7.2. Allgemeine Daten zur Teilnahme (z.B. Betriebsdaten, Produktdaten) werden zum Zweck der Nachvollziehbarkeit der Teilnahme insbesondere für interessierte Endverbraucher auf den Websites der AMA-Marketing veröffentlicht. Diese Daten können auch in Bezugsquellenführern veröffentlicht werden. Weiters können diese Daten an auf Bundes- bzw. Bundesländer-Ebene bestehenden Kulinarik-Initiativen sowie Kooperationspartner (z.B. „So schmeckt Niederösterreich“, „Genuss Burgenland“, „Genussland Oberösterreich“) zum Zweck der Synergienutzung, Transparenz sowie Information und Vermarktung (Bezugsquellen für Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung, Handel, Endverbraucher) übermittelt werden.

8. Geltungsdauer

8.1. Dieser Vertrag wird auf unbestimmte Zeit abgeschlossen.

9. Kündigung

- 9.1. Dieser Vertrag kann von beiden Vertragspartnern jederzeit schriftlich unter Einhaltung einer zweimonatigen Kündigungsfrist gekündigt werden.

10. Kosten

- 10.1. Der Teilnehmer hat die Kosten gemäß Tarifmodell zu bezahlen.

11. Meldung

- 11.1. Der Teilnehmer hat der AMA-Marketing unverzüglich Ereignisse, deren Eintritt die Einhaltung dieses Vertrages oder der Bestimmungen der Richtlinie „Qualitäts- und Herkunftsrichtlinie für bäuerliche Direktvermarkter“ verunmöglicht, zu melden.

12. Aufbewahrungspflicht

- 12.1. Alle Aufzeichnungen und Lieferscheine im Zusammenhang mit diesem Vertrag sind zumindest drei Jahre ab Ende des Jahres, in dem sie erstellt wurden, sicher und übersichtlich aufzubewahren. Unabhängig davon können gesetzliche Vorschriften längere Fristen vorsehen.

13. Rechtsnachfolge

- 13.1. Im Falle einer Rechtsnachfolge, auch einer solchen kraft Gesetzes, gehen die Rechte und Pflichten aus diesem Vertrag nicht automatisch über.
- 13.2. Der Teilnehmer hat (z.B. im Falle einer Geschäftsübernahme) seinen Rechtsnachfolger auf diese Regelung ausdrücklich hinzuweisen.

14. Gerichtsstandvereinbarung

- 14.1. Alle sich aus dem vorliegenden Vertrag ergebenden Streitigkeiten werden vom sachlich zuständigen Gericht in Wien entschieden. Dies gilt auch für nach Vertragsbeendigung entstandene Streitigkeiten. Es gilt ausschließlich österreichisches Recht.

15. Gültigkeitsklausel

- 15.1. Änderungen oder Ergänzungen dieses Vertrages bedürfen zu ihrer Gültigkeit der Schriftform und müssen explizit als Änderungen dieses Vertrages bezeichnet sein. Dies gilt auch für das Abgehen vom Schriftformerfordernis.
- 15.2. Unter Schriftform verstehen die Vertragspartner eine schriftliche Vereinbarung oder Telefax, E-Mail oder Brief, sofern nicht in diesem Vertrag ein besonderes Formerfordernis ausdrücklich gefordert ist.
- 15.3. Sollte eine Bestimmung dieses Vertrages unwirksam sein oder werden, wird die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen dadurch nicht berührt. Die Vertragsparteien werden die unwirksame Bestimmung durch eine solche wirksame Bestimmung zu ersetzen versuchen, mit der das fachlich und wirtschaftlich gewollte Ergebnis am besten erreicht werden kann.
- 15.4. Der Vertrag kommt erst mit rechtsgültiger Unterfertigung der AMA-Marketing rechtswirksam zustande.

Ort, Datum

Teilnehmer
Rechtsgültige Zeichnung
(Stempel, Unterschrift)

Ort, Datum

Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH
Rechtsgültige Zeichnung
(Stempel, Unterschrift)