

Stimmen in der Diskussion um die Verwendung des „Ackergifte? Nein danke! (AGND)-Logos“ auf Produkten

im Rahmen des 5. Partnertreffens im Bündnis für eine enkeltaugliche Landwirtschaft / Mitgliederversammlung am 16.05.2019 in Magdeburg

HINTERGRUND

(SP) **Basic-Produkte wurden bereits vor der Gründung des Bündnisses mit dem AGND-Logo versehen.** Kritik ist aufgekommen, da Basic-Produkte mit dem Logo auch im konventionellen LEH angeboten werden.

(SP) Eine **Garantie der Logo-Verwendung**, dass das Logo nur im Fachhandel auf Produkte gedruckt wird, ist über die Lizenzvergabe möglich.

(JH) Die **Anmeldegesellschaft hält die Rechte am Logo**. Die Anmeldegesellschaft hat zwei Gesellschafter, dies sind die Bürgerinitiative Landwende und die Basic AG. Derzeit ist die Lizenzvergabe so geregelt, dass die BI Landwende »die vollständige Verantwortung für die Verwertung / Lizenzierung des Logos zu nicht-kommerziellen Zwecken« übernimmt. Der Basic AG wurde eine »unbefristete und exklusive Lizenz zur kommerziellen Verwertung des Logos in den Territorien, in denen Markenschutz angemeldet wird, für die Bereiche Lebensmittel, Getränke, Drogeriewaren, Reinigungsmittel, Körperpflegemittel sowie Einzel-, Groß- und Versandhandel mit den vorgenannten Waren (Waren/Dienstleistungsklassen 3, 29, 30, 31, 32, 33 und 35)« eingeräumt. Die Basic AG darf Unterlizenzen vergeben, wobei folgende Kriterien gelten:

»8.1.1 Die Lizenznehmer dürfen grundsätzlich nur reine Bio-Anbieter sein und nicht parallel sowohl konventionelle und Bio-Produkte herstellen, damit handeln und/oder vertreiben,

8.1.2 Die Lizenznehmer müssen sich öffentlich grundsätzlich zur Abschaffung des Einsatzes von Ackergiften / der konventionellen Landwirtschaft bekennen und sich entsprechend verhalten,

8.1.3 Die Lizenznehmer müssen sich darüber hinaus finanziell aktiv zur Abschaffung von Ackergiften über die Förderung von geeigneten Projekten engagieren.«

Diese Regelung muss nun insofern angepasst werden, dass die Vergaberechte auf den Verein übertragen werden können und das Bündnis in die Lage versetzt wird, Lizenzen zu vergeben. Zusätzlich zu den genannten Bio-Unternehmen sollten dabei in Zukunft auch andere Öko-Unternehmen als Partner aufgenommen werden können, die sich in gleicher Weise für eine Umstellung der Landwirtschaft einsetzen.

PRO-Argumentation

(SP) Wir handeln politisch, das Logo soll sich unter den „Bios“ ausbreiten.

Das Logo soll groß werden, wenn wir das ernst meinen, braucht es die **kommunikative Kraft** auch von Herstellern/Marken, die hoffentlich alle im FH handeln. Es soll keine Exklusivität geben.

(SV) Voelkel könnte das Logo **temporär** (beispielsweise ein Jahr) **auf einzelnen Produkten** platzieren. Dafür würde man einen Bereich auf dem Etikett nutzen, um das Bündnis zu erklären. Die Ware würde nur im FH platziert werden. Nach einem Jahr Laufzeit könnte man sich die Rückmeldungen der KonsumentInnen anschauen. Aus Erfahrung sind zahlreiche Rückmeldungen zu erwarten. „Wenn wir jetzt nicht den **Drive reinkriegen**, kommen wir womöglich nicht voran.“

SV beantragt eine Sondergenehmigung für den Aufdruck des Flyers auf Voelkel-Etiketten.

- ➔ Wir können nicht abstimmen aufgrund der „Zwei-Wochen-Regel“, die besagt, dass bevorstehende Abstimmungen für die Mitgliederversammlung mindestens zwei Wochen im Voraus anzukündigen sind.

(MG): Es besteht ein Interesse, das Logo auf Produkten einzusetzen. Die Mitglieder stehen alle hinter den Zielen, die Produkte würden beworben, man würde aufmerksam machen, ein **Feedback der KundInnen** kommt auf jedem Fall. ...Der Verbraucher lässt sich den Einkaufsort nicht vorschreiben (FH vs. LEH).

(RH): Enttäuschung, weil es am 16.05.2019 keine Abstimmung gibt.

- ➔ (HK) In der Anfangsphase des Bündnisses gab es andere grundlegende Themen zu bearbeiten, so dass die Logo-Frage noch nicht geklärt werden konnte.

Kritik an „Gute/schlechte Bios“: Im Thema treffen sich verschiedentlich Bio-orientierte Mitstreiter.

(GK) Ein wichtiges Ziel des Logos auf Produkten wäre es, die **Kampagne bekannter zu machen**. Zugleich erinnert das Logo an die Einkaufsstätte. Eine „Hausaufgabe“ für den Vorstand ist es, die Lizenzverrechtung und die Vergabe durch den Verein zu klären.

(JH) Wenn das Logo nur im FH erscheinen darf, muss für die Basic AG eine angemessene Regelung gefunden werden. Dass das Logo derzeit auf Basic-Produkten erscheint, ist aus der Vorgeschichte zu erklären, die nicht zuletzt durch die Initiative von Basic zur Gründung des Bündnisses geführt hat.

(MaR): Seit Jahrzehnten machen wir **Gesellschaftspolitik über unsere Produkte**. Warum soll das Logo nicht auf Produkten erscheinen? Wir haben viel erreicht und angesichts der aktuellen Umsatzzuwächse und der besseren Geschäftsentwicklung können wir **selbstbewusster sein**. Die Kunden kommen nicht wegen der Marken in unsere Läden, sondern weil wir unseren Job gut machen. Die **grundsätzliche Frage nach unserer Motivation und unseren Zielen** ist wichtig und das **Vertrauen auf die eigene Stärke**.

KONTRA-Argumentation

(MiR) Gegen die Verwendung des Logos auf Produkten spricht die Ansicht, dass wir ganz **grundsätzlich ein gesellschaftspolitisches Statement** abgeben wollen. Unsere Botschaft können wir mittels kreativer Ideen und guter Öffentlichkeitsarbeit verbreiten. Wir finden Menschen mit Bekanntheitsgrad, die sich mit uns für die Sache einsetzen.

(SvE): Wir können eine **Bewegung** werden, **jedoch nicht durch das Logo auf den Produkten**, denn hierin könnte ein kommerzielles Interesse vermutet werden.

(StS) Das Logo **passt nicht zu jedem Etikett**.

(RH) Der **Kunde verbindet die Einkaufsstätte mit der Aktion**, in der Produkte mit dem Logo im Verkauf stehen.

(NB): Das Logo auf Produkten ist sinnlos, die **Kunden sind verwirrt** und haben bereits eine Verbindung zum LEH erfragt. Eine Erklärung zum Logo wäre gut (z.B. „Wir sind dabei.“)

(StS): Die **Aussage des Logos ist nicht auf jedem Produkt nachvollziehbar**.

ZUSAMMENFASSEND

(PM): In der Debatte überlagern sich Themen, **Hersteller- und Händlersicht sind teils verschieden**.

(SK) Die **grundsätzliche Frage ist, ob das Logo so weit wie möglich (über Aufdruck auf Produkten) verbreitet werden soll oder ob die Bewegung sichtbar werden, dabei jedoch (nur) mit dem FH verbunden bleiben soll?**

(HK) Wenn wir das Logo nutzen, müssen wir **Regeln** dafür aufstellen.

→ (MG) Zum Beispiel die Mitgliedschaft im Bündnis als Bedingung.