



# Naturland Fair Richtlinien

Stand 05/2015

**Naturland - Verband für ökologischen Landbau e. V.**

Kleinhaderner Weg 1, 82166 Gräfelfing, Germany

Tel: +49 (0)89/89 80 82-0, Fax: +49 (0)89/89 80 82-90

Email: [naturland@naturland.de](mailto:naturland@naturland.de)

**[www.naturland.de](http://www.naturland.de)**

# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Vorwort</b>	<b>4</b>
<b>2. Allgemeine Regelungen für eine Naturland Fair Zertifizierung</b>	<b>5</b>
2.1 Naturland Fair Zertifizierung von Produkten	5
2.2 „Naturland Faire Partnerschaft“ Zertifizierung von Unternehmen	5
2.3 Erzeuger bzw. Produkte aus „wirtschaftlich benachteiligten Regionen“	5
2.4 Kennzeichnung von Naturland Fair zertifizierten Produkten	6
<b>3. Die Naturland Fair Richtlinien</b>	<b>7</b>
3.1 Soziale Verantwortung	7
3.2 Verlässliche Handelsbeziehungen	7
3.2.1 Vorfinanzierung	7
3.3 Fair Erzeugerpreise	7
3.3.1 Partnerschaftliche Preisfindung	7
3.3.2 Fair Mindestpreise	7
3.3.3 Fair Prämien	7
3.4 Regionaler Rohstoffbezug	8
3.5 Gemeinschaftliche Qualitätssicherung	8
3.6 Gesellschaftliches Engagement	8
3.6.1 Vorrang für Kleinbauern	9
3.6.2 Stärkung der Erzeugerorganisation	9
3.7 Unternehmensstrategie und Transparenz	9
<b>Begriffe und Abkürzungen</b>	<b>10</b>

## 1. Vorwort

### **Ökologischer Anbau, soziale Verantwortung und Faire Handelsbeziehungen**

Ökologischer Anbau, sozialer Umgang im Miteinander und Faire Handelsbeziehungen sind die entscheidenden drei Säulen der Nachhaltigkeit. Sie stellen eine stimmige und konsequente Einheit dar. Insbesondere in einem fairen Umfeld kann der ökologische Anbau die Lebensgrundlage und die Existenz von Bäuerinnen, Bauern und deren Familien weltweit nachhaltig sichern.

Der ganzheitliche Anspruch der Naturland Richtlinien schließt auch den sozialen Umgang mit Menschen, die auf den Betrieben leben und arbeiten, mit ein. Soziale Verantwortung ist sowohl in der Erzeugung wie auch in der Verarbeitung integrativer Bestandteil der Naturland Richtlinien und eine elementare Grundlage auch für die Fair Zertifizierung.

### **Hintergrund und Grundsätze der Naturland Fair Zertifizierung**

Naturland fördert weltweit die ökologische Erzeugung und gesellschaftliche Anerkennung des Ökolandbaus und leistet dadurch einen Beitrag zum Schutz der Umwelt, zur nachhaltigen Nutzung der Ressourcen, zur Ernährungssicherung und zur Verbesserung der Lebensgrundlage der Menschen. 1986 begann die internationale Arbeit in Zusammenarbeit mit der GEPA. In den folgenden Jahren wurden die Fair-Handels-Organisationen dwp und BanaFair Naturland Partner. Die sich damit stellenden Themen und Herausforderungen fanden ihren Niederschlag in vielen Bereichen der Naturland Arbeit. Die Verankerung deutlich erweiterter Sozial Standards in den Naturland Richtlinien sowie schließlich auch die Anpassung von Fair Kriterien auf die heimischen Gegebenheiten waren eine logische Konsequenz aus der Zusammenarbeit. 2006 wurden die ersten deutschen Verarbeiter mit regionalem Rohstoffbezug nach „Naturland Kriterien Faire Partnerschaften“ geprüft und für ihre nachhaltige Unternehmensführung und Wirtschaftsweise ausgezeichnet. Gemeinsam mit den Fair-Handels-Organisationen arbeitete Naturland stetig an der Weiterentwicklung.

Die Ziele des Fairen Handels wurden von der internationalen Vereinigung der Dachorganisationen des Fairen Handels FINE wie folgt definiert: „Fairer Handel ist eine Handelspartnerschaft, die auf Dialog, Transparenz und Respekt beruht und nach mehr Gerechtigkeit im internationalen Handel strebt. Durch bessere Handelsbedingungen und die Sicherung sozialer Rechte für benachteiligte ProduzentInnen und ArbeiterInnen – insbesondere in den Ländern des Südens – leistet der Faire Handel einen Beitrag zu nachhaltiger Entwicklung.“ Der Armut soll durch Handel entgegen getreten werden und Erzeugerorganisationen, die sonst von diesen Märkten ausgeschlossen wären, wird ein Marktzugang gewährt.

Die nun vorliegenden Naturland Fair Richtlinien bauen zum einen auf der Naturland Geschichte auf und stellen ein konsequentes Ergebnis eines lange gewachsenen Prozesses dar. Andererseits beruhen sie auf der Definition von FINE und den Kerngrundsätzen der Fair-Handels-Organisationen, die in der Grundsatz-Charta für den Fairen Handel (WFTO und FLO 2009) beschrieben sind.

Ziel der Naturland Fair Zertifizierung ist es, mehr Naturland Mitgliedern weltweit den Zugang zu den Wertschöpfungsmärkten und effizienteren Handelswegen zu ermöglichen, sowie die Werte Öko, Sozial, Regional und Fair weiter mit Leben zu füllen. Auf diesem Weg können und sollen sie einen Beitrag zur Verbesserung der Existenzgrundlagen und zur Sicherung landwirtschaftlicher Betriebe leisten. Bei Fairen Handelsbeziehungen geht es nicht um mildtätige Beweggründe, sondern um einen partnerschaftlichen Umgang für Veränderung und Entwicklung durch Handel. Durch ihre Transparenz leisten Faire Handelsbeziehungen einen wichtigen Beitrag dazu, Erzeuger und Verbraucher zu vernetzen und die Öffentlichkeit über die ökologische Lebensmittelwirtschaft, soziale Gerechtigkeit und die Chancen für Veränderungen zu informieren. Nur mit Unterstützung der Verbraucher können umfassendere Reformen der Handelsgepflogenheiten gelingen und unsere Lebensgrundlagen bewahrt werden.

## 2. Allgemeine Regelungen für eine Naturland Fair Zertifizierung

Die Naturland Fair Zertifizierung stellt eine freiwillige Zusatzqualifizierung für Naturland zertifizierte Erzeugerorganisationen, Einzelerzeuger und Verarbeiter dar. In der Folge wird „Unternehmen“ als Sammelbegriff verwendet.

Erzeugerorganisationen sind 1. Erzeugergemeinschaften (Genossenschaften, Kooperativen, etc.), welche die Produkte ihrer Mitglieder gemeinschaftlich vermarkten oder 2. Firmen mit Erzeugern im Vertragsanbau (z.B. Kleinbauern) oder 3. andere erzeugende Betriebe mit Beschäftigten wie z.B. Plantagen, Soziale Landwirtschaft o.ä..

Einzelerzeuger sind vorwiegend Familienbetriebe ohne oder mit nur einer sehr geringen Anzahl an Beschäftigten.

Verarbeiter sind Importeure, Exporteure, Händler und Verarbeitende Unternehmen.

Mit einem gültigen Naturland Fair Zertifikat sind Unternehmen „Naturland Fair Partner“.

Naturland Fair Partner verpflichten sich, ihre liefernden Einzelerzeuger über den Inhalt der Naturland Fair Richtlinien und das Ziel von Naturland Fair zu informieren. Einzelerzeuger, die an Naturland Fair Partner liefern, brauchen keine eigene Fair Zertifizierung.

Grundlage der Fair Zertifizierung ist in jedem Fall eine gültige Naturland Öko-Zertifizierung. Bei bestimmten Produkten (z.B. Wildfisch), bei denen der Begriff „ökologisch“ nicht anwendbar ist, ist die entsprechende Naturlandzertifizierung die Basis für die Fair Zertifizierung. Die in den jeweiligen Naturland Richtlinien festgelegten Allgemeinen Regelungen (Teil A. bzw. Teil C.) gelten sinngemäß auch für die Fair Zertifizierung.

### 2.1 Naturland Fair Zertifizierung von Produkten

Unternehmen wird für eine Entwicklung in Richtung Unternehmenszertifizierung die Naturland Fair Zertifizierung einzelner Produkte angeboten.

Ziel ist die Herstellung aus 100% Naturland Fair zertifizierten Rohstoffen.

Ein Produkt kann Naturland Fair zertifiziert werden, sobald der Anteil der Rohstoffe aus fairen Handelsbeziehungen nach der Naturland Fair Prioritätenliste über 50% (Gewicht der verarbeiteten landwirtschaftlichen Rohstoffe, ohne zugesetztes Wasser und/oder Salz) im Produkt beträgt und die übrigen Rohstoffe nachweislich nicht in Fair Qualität verfügbar sind.

Die Naturland Fair Prioritätenliste stellt sich wie folgt dar:

- a. Oberste Priorität hat der Einsatz von Naturland Fair zertifizierten Rohstoffen
- b. Ausgangsstoffe von Zertifizierern, deren Zertifizierung von Naturland als gleichwertig anerkannt ist, dürfen nach schriftlicher Genehmigung durch die Naturland Anerkennungskommission verwendet werden.

### 2.2 „Naturland Faire Partnerschaft“ Zertifizierung von Unternehmen

Unternehmen, die bei der Umsetzung von ökologischen, sozialen und ökonomisch-fairen Prinzipien der Nachhaltigkeit weit fortgeschritten sind, können eine Zertifizierung ihres Unternehmens beantragen.

Folgende Voraussetzungen müssen erfüllt sein:

- Mindestens 70% der Produkte des Gesamtsortiments wird nach den Naturland Fair Richtlinien erzeugt, verarbeitet bzw. gehandelt.
- Naturland Fair zertifizierte Rohwaren machen mindestens 70% des Rohwaren-Nettoeinkaufswertes aller Produkte aus, oder mindestens 70% des Netto-Gesamtumsatzes des Unternehmens wird durch Naturland Fair zertifizierte Produkte generiert.

Für den restlichen Anteil der Rohstoffe muss der Nachweis erbracht werden, dass dieser nach der Naturland Fair Prioritätenliste nicht in Fair Qualität verfügbar ist.

Diese Unternehmen können zusätzlich zum Naturland Fair Zeichen auf ihren Produkten in ihrer Außendarstellung auf die Zertifizierung „Naturland Faire Partnerschaft“ ihres Unternehmens hinweisen.

### 2.3 Erzeuger bzw. Produkte aus „wirtschaftlich benachteiligten Regionen“

Einige Richtlinienunterpunkte gelten nur für Erzeuger bzw. Produkte aus Afrika, Asien, Lateinamerika und anderen wirtschaftlich benachteiligten Regionen der Welt. Diese werden hier verkürzt „Wirtschaftlich benachteiligte Regionen“ genannt. Die Internationale Organisation für Wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) unterhält eine Länderliste (DAC List of ODA Recipients),

## 2. Allgemeine Regelungen für eine Naturland Fair Zertifizierung

die festlegt, für welche Länder Zahlungen als öffentliche Entwicklungshilfe anerkannt sind. Naturland orientiert sich an dieser Länderliste, jedoch kann in besonderen Fällen und auf Antrag bei benachteiligten Erzeugern aus anderen Ländern ebenfalls die Umsetzung dieser Richtlinien möglich sein.

Alle anderen Länder werden hier OECD-Mitgliedstaaten genannt. Es sind Länder, die ein hohes Pro-Kopf-Einkommen haben.

### 2.4 Kennzeichnung von Naturland Fair zertifizierten Produkten

Jede Zutat aus einer fairen Handelsbeziehung, muss in der Zutatenliste gekennzeichnet werden. Darüber hinaus muss der Gesamtanteil fair gehandelter landwirtschaftlicher Erzeugnisse in Prozent angegeben werden.

Die Nutzung des Naturland Fair Zeichens ist im Rahmen einer zu treffenden Lizenzvereinbarung mit der Naturland Zeichen GmbH geregelt.

Zu verwenden ist dabei ausschließlich ein von der Naturland Zeichen GmbH autorisiertes „Naturland Fair“ Zeichen.

## 3. Die Naturland Fair Richtlinien

### 3.1 Soziale Verantwortung

Die Naturland Richtlinien schließen den sozialen Umgang mit Menschen, die auf den Betrieben leben und arbeiten, mit ein.

Die Naturland Fair Zertifizierung von Erzeugern und Verarbeitern setzt voraus, dass diese und auch ihre Lohnverarbeiter die Naturland Richtlinien zur sozialen Verantwortung einhalten (siehe Naturland Erzeuger Richtlinien Teil A./III. und Naturland Verarbeiter Richtlinien Teil C./VII.).

### 3.2 Verlässliche Handelsbeziehungen

Handelsbeziehungen mit dem Ziel einer langfristigen partnerschaftlichen Zusammenarbeit auf der Basis von Dialog, Transparenz und Respekt tragen dazu bei, Erzeugern und Verarbeitern über einen größeren Zeitraum mehr Planbarkeit, Sicherheit und Stabilität zu gewährleisten.

Eine verlässliche und langfristige Handelsbeziehung ist anzustreben; sie umfasst neben regelmäßigem Austausch und gegenseitiger Information auch eine gemeinsame Jahres- und Mengenplanung.

#### 3.2.1 Vorfinanzierung

Eine Vorfinanzierung für die Ernten ist Erzeugern in „**wirtschaftlich benachteiligten Regionen**“, welche besonders finanzschwach bzw. ohne Zugang zu akzeptablen Bankkrediten sind, zu gewähren; bei Vorliegen der genannten Voraussetzungen sind bis zu 60% des Bestellvolumens auf Antrag einzuräumen. Die Zinssätze für die Vorfinanzierung dürfen nicht höher sein, als diejenigen für die Refinanzierung der Kredite des Verarbeiters oder Importeurs. Der Zahlungszeitraum wird schriftlich festgelegt.

Eine Vorfinanzierung kann abgelehnt werden, wenn ein erhöhtes Risiko besteht, dass Erzeugerorganisationen die Rückzahlung der Vorfinanzierungskredite nicht einhalten können oder nicht im Stande sind, die vereinbarten Mengen zu liefern. Das erhöhte Risiko ist von dem Unternehmen, das die Vorfinanzierung zu leisten hätte, bei Naturland anzuzeigen und zu begründen.

### 3.3 Fair Erzeugerpreise

Die Preise für die landwirtschaftlichen Erzeugnisse/Rohstoffe haben auch die Erhaltung der Existenzgrundlage der Erzeuger und Mitarbeiter (Arbeiter) im Blick und sind daher nicht auf den jeweils günstigsten Anbieter ausgerichtet. Der Preis berücksichtigt neben der Abdeckung der in der Region üblichen durchschnittlichen Produktionskosten auch einen angemessenen Gewinn (Aufschlag) für entsprechende Zukunftsinvestitionen.

Das Unternehmen darf eine Vereinbarung zur Zahlung eines Fairen Preises nicht dafür verwenden, die Preiskonditionen bei anderen vertraglichen Vereinbarungen zu drücken oder sie anderweitig zu verrechnen.

#### 3.3.1 Partnerschaftliche Preisfindung

Faire Erzeugerpreise werden von Erzeugern und Unternehmen durch partnerschaftlich ausgehandelte Mindestpreise oder durch fixe Zuschläge erreicht. Als Richtwert orientieren sich die Käufer beim Einkauf in „**OECD Mitgliedsstaaten**“ (siehe 2.3) mindestens an einem gleitenden 3 Jahreschnitt im oberen Drittel der marktüblichen Durchschnittspreise.

#### 3.3.2 Fair Mindestpreise

Falls die eindeutige Berechnung der in der Region üblichen durchschnittlichen Produktionskosten oder der individuellen Produktionskosten einer Erzeugerorganisation (zuzüglich eines angemessenen Gewinnaufschlags für Zukunftsinvestitionen) nicht möglich ist, bildet das international eingeführte Fair Mindestpreissystem in „**wirtschaftlich benachteiligten Regionen**“ die Preisgrundlage. Unternehmen mit Naturland Fair zertifizierten Produkten zahlen mindestens diesen Fair Mindestpreis den Erzeugern. Existiert für ein Produkt auch kein international eingeführter Fair Mindestpreis, so wird ein Preis gezahlt, der mindestens 10% über dem üblichen Marktpreis liegt.

#### 3.3.3 Fair Prämien

Erzeugerorganisationen in „**wirtschaftlich benachteiligten Regionen**“ erhalten eine Fair Prämie von einem der Partner aus der Handelskette, der mit Naturland Fair zertifizierten Produkten handelt. Die

### 3. Die Naturland Fair Richtlinien

Fair Prämie wird zur Finanzierung von Maßnahmen im Sozial-, Bildungs-, Gesundheits- bzw. Umweltbereich genutzt oder als zusätzliches Einkommen für Kleinbauern (siehe auch Nr. 3.6). Bei den Maßnahmen haben die am meisten benachteiligten Mitglieder der Organisation erste Priorität, vor allem dann, wenn es keine Vollversammlung gibt.

Gibt es für Produkte einen international eingeführten Mindestsatz für die Fair Prämie, so zahlen Unternehmen mit Naturland Fair zertifizierten Produkten mindestens diesen an die Erzeugerorganisation. Existiert dieser nicht, werden als Richtsatz mindestens 10% des „Free on Board (FOB)“ Preises des landwirtschaftlichen Rohstoffs gezahlt.

Fair Prämien Zahlungen müssen auf einem separaten Konto und in einer nachvollziehbaren und verantwortungsvollen Weise verwaltet werden.

Der Entscheidungsprozess über die Verwendung der Fair Prämie unterliegt demokratischen Prinzipien. Eine Vollversammlung der Erzeuger und/oder Mitarbeiter (Arbeiter) und Mitglieder des Managements wählen ein Entscheidungsgremium. Bei der Zusammensetzung des Entscheidungsgremiums wird darauf geachtet, dass bestehende Interessensgruppen bzw. Erzeuger und/oder Mitarbeiter (Arbeiter) aus unterschiedlichen Betriebseinheiten angemessen berücksichtigt werden. Mitglieder des Managements können gewählt werden, sie dürfen jedoch keine Stimmenmehrheit haben.

Das Entscheidungsgremium ist verantwortlich für die Entscheidungsprozesse bezüglich der Fair Prämie, deren Verwendung und die entsprechende Umsetzung der Beschlüsse. Auf der Grundlage eines Berichts informiert das Entscheidungsgremium Erzeuger und/oder Mitarbeiter (Arbeiter) regelmäßig, mindestens einmal im Jahr, in Versammlungen über die Verwendung der Mittel; es regt die Evaluierung der bereits durchgeführten Maßnahmen und die Entscheidungsfindung über die Verwendung künftiger Prämien an. Die Ergebnisse der Versammlungen werden in Protokollen festgehalten. Handelspartner sind auf Anfrage über den Inhalt des Berichts zu informieren.

#### 3.4 Regionaler Rohstoffbezug

Funktionierende Faire Handelsbeziehungen setzen auf gewachsene bzw. sich entwickelnde Strukturen vor Ort anstelle globaler Austauschbarkeit. Lokale Produktion zur Ernährung der Bevölkerung und eine regionale Vermarktung haben Vorrang.

Beim Zukauf von Waren und Betriebsmitteln (Futtermittel, Saatgut, Waren für Direktvermarktung usw.) werden sowohl vom Erzeuger als auch vom Verarbeiter regionale Bezugsquellen bevorzugt.

Mindestens 80% der landwirtschaftlichen Erzeugnisse, die ein Verarbeiter zukaft, kommen aus regionaler Erzeugung, soweit sie den Mengen- und Qualitätsansprüchen entsprechen und regional bzw. saisonal verfügbar sind.

Wenn der Bezug von Rohware aus „wirtschaftlich benachteiligten Regionen“ nötig ist und/oder der Förderung von Erzeugern nach den anerkannten Fair Grundsätzen dient, kann diesem Aspekt gegenüber der Regionalität Vorrang gewährt werden.

#### 3.5 Gemeinschaftliche Qualitätssicherung

Nur durch intensiven Austausch und vertrauensvolle Zusammenarbeit ist eine optimale Qualitätssicherung zu beiderseitigem Nutzen zu erreichen.

Maßnahmen zur Qualitätssicherung werden zwischen Abnehmer und Erzeuger(n) der landwirtschaftlichen Erzeugnisse partnerschaftlich aufeinander abgestimmt. Die gemeinschaftliche Qualitätssicherung ist ein wichtiger Beitrag zur kontinuierlichen Verbesserung der Produktqualität. Es besteht eine offene gegenseitige Kommunikation und ein gemeinsam abgestimmtes Vorgehen für den Fall eines Qualitäts- und Lieferproblems.

#### 3.6 Gesellschaftliches Engagement

Faire Handelsbeziehungen sind global und regional auf ein funktionierendes Sozialwesen und ein lebendiges Miteinander angewiesen.

Unternehmen mit Naturland Fair zertifizierten Produkten zeigen ein überdurchschnittliches gesellschaftliches Engagement und/oder fördern Projekte. Sie engagieren sich z.B. im praktischen Umweltschutz, bei gemeinnützigen Vereinen und/oder unterstützen Umwelt-, Gesundheits- oder Bildungsprojekte, soziale Projekte oder kulturelle Initiativen und/oder fördern bzw. unterstützen bäuerliche Landwirtschaft.

### 3. Die Naturland Fair Richtlinien

Sie schaffen nach Möglichkeit Arbeitsplätze und Ausbildungsplätze, die bei Bedarf auch über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehen (z.B. für Menschen mit Behinderung oder in Lebenskrisen).

Auch die im Unternehmen ggf. vorhandene Gemeinschaftsverpflegung (z.B. Cafeteria, Kantine) ist eine geeignete Möglichkeit, gesellschaftliches Engagement durch eine zunehmende Verwendung bzw. ein wachsendes Angebot von Öko+Fairen Produkten zu zeigen.

Ferner wird die Vermarktung mit Bildungsarbeit oder auch mit Kampagnenarbeit verknüpft, um Verbraucher über die Hintergründe und Zusammenhänge der Fairen Partnerschaften zu informieren.

#### 3.6.1 Vorrang für Kleinbauern

Die Existenzsicherung von bäuerlichen Strukturen ist weltweit eine wichtige Aufgabe. Für „**wirtschaftlich benachteiligte Regionen**“ der Welt, in denen die Landwirtschaft mit einer großen Anzahl Kleinbauern den wichtigsten Sektor darstellt, ist ein starker Fokus auf diese geboten, um Armut zu reduzieren, die Ernährung zu sichern und Produktivität zu steigern.

Unternehmen mit Naturland Fair Produkten berücksichtigen und bevorzugen beim Einkauf von Rohstoffen aus „wirtschaftlich benachteiligten Regionen“ Waren von Kleinbauernorganisationen.

Unternehmen mit Naturland Fair zertifizierten Produkten setzen sich dafür ein, politische und wirtschaftliche Hürden abzubauen, die der Entwicklung der Kleinbauern im Wege stehen. Sie unterstützen die Erzeugerorganisationen durch Bildungs- bzw. Informationsarbeit und vertreten deren Interessen in der Öffentlichkeit („Advocacy“).

#### 3.6.2 Stärkung der Erzeugerorganisation

Erzeuger und Beschäftigte, die an Naturland Fair Unternehmen liefern bzw. für diese arbeiten, werden über den Inhalt der Naturland Fair Richtlinien und das Ziel der Naturland Fair Zertifizierung informiert. Unternehmen mit Naturland Fair zertifizierten Produkten unterstützen die Erzeugerorganisationen aus „**wirtschaftlich benachteiligten Regionen**“ bei Maßnahmen zum Aufbau von Fähigkeiten und bei der Stärkung ihrer Mitglieder durch Weiterbildung, Personal- und Organisationsentwicklung durch („Capacity Building“) und entwickeln Strategien bzw. Maßnahmen, die den Menschen im Wirkungsbereich der Erzeugerorganisation dabei helfen, ein selbstbestimmtes und unabhängiges Leben zu führen („Empowerment“).

Dadurch werden die Organisationen und ihre Mitglieder in die Lage versetzt, ihre Belange zu vertreten und zu gestalten („Advocacy“).

### 3.7 Unternehmensstrategie und Transparenz

Unternehmen mit Naturland Fair zertifizierten Produkten legen schriftlich fest, wie die Naturland Fair Richtlinien umgesetzt werden sollen. In diesem Dokument (z.B. in Form eines Grundsatzes oder einer Leitlinie) sind auch die Belange der Mitglieder, Erzeuger und/oder Beschäftigten beinhaltet und es wird diesen bekannt gemacht. Auf Anfrage soll das Dokument auch den Handelspartnern ausgehändigt werden.

Das Unternehmen hat eine angemessene Mitbestimmungspolitik um Beschäftigte, Mitglieder und Erzeuger in Entscheidungsprozesse einzubinden.

Transparenz ist für Naturland Fair Handelsbeziehungen unbedingte Voraussetzung. Dies trifft insbesondere auf Preisbildung, Herkunft der Rohstoffe und Abläufe zu. Die Offenheit der Unternehmen schließt Firmenbeteiligungen und die Bereitstellung von Firmenorganigrammen mit ein.

## Begriffe und Abkürzungen

Begriff	Definition
<b>DAC list of ODA Recipients</b>	<b>Development Assistance Committee list of Official Development Assistance Recipients</b> Liste der Empfänger Öffentlicher Entwicklungszusammenarbeit (ODA) des Entwicklungsausschusses der OECD (DAC)
<b>FINE</b>	<b>Dachverbände des Fairen Handels</b> FLO, <i>siehe FLO</i> IFAT = International Fair Trade Association, <i>siehe WFTO</i> NEWS! = Netzwerk Europäischer Weltläden ( <i>derzeit inaktiv</i> ) EFTA = European Fair Trade Association
<b>FLO</b>	<b>Fairtrade Labelling Organizations International e.V.</b> entwickelt eigene Standards für Fairen Handel. Ziel ist die Bedingungen für Arbeiter und Bauern zu verbessern. <b>FLO-CERT GmbH</b> ist ein unabhängiges Kontroll- und Zertifizierungsunternehmen des Fairen Handels.
<b>FOB - Preis</b>	<b>Free on Board</b> bezieht sich auf eine Frachtart, bei der der Verkäufer die Ausfuhrformalitäten erledigt und der Käufer die Ware mit eigenem Transportvertrag übernimmt. Free on Board bezeichnet eine Vertragsformel der Incoterms (englisch International Commercial Terms ‚Internationale Handelsklauseln‘) für Außenhandelsgeschäfte.
<b>GEPA</b>	<b>GEPA – The Fair Trade Company</b> ( <i>Gesellschaft zur Förderung der Partnerschaft mit der Dritten Welt mbH</i> ) ist einer der größten europäischen Importeure fair gehandelter Lebensmittel und Handwerksprodukte.
<b>Lohnverarbeiter</b>	<b>Lohnverarbeitungen</b> sind ausgelagerte Schritte bzw. Tätigkeiten an Dritte, die der Vertragspartner mit Naturland Fair zertifizierten Produkten in Auftrag gegeben hat und nicht selber bzw. nicht in seinem Betrieb durchführt (Aufbereitung, Lagerung, Verarbeitung, Transport).
<b>Naturland Fair Prioritätenliste</b>	Die <b>Naturland Fair Prioritätenliste</b> regelt die Zulassung von nicht Naturland Fair zertifizierten Rohstoffen bei Nicht-Verfügbarkeit von Naturland Fair Rohwaren als erster Priorität. Hierzu muss der Naturland Partner einen Antrag stellen. Naturland Partner werden von ihren Fair Beteuern auf der Grundlage der Fair Prioritätenliste bei der Auswahl von Rohstoffen unterstützt.
<b>OECD</b>	Die <b>Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung</b> (englisch <i>Organisation for Economic Co-operation and Development</i> ) ist eine internationale Organisation mit 34 Mitgliedsländern, deren Schwerpunkt auf der Koordinierung der Wirtschaftspolitik liegt. Sie hat einen starken Bezug zur Demokratie und Marktwirtschaft. Die OECD ist 1961 aus der OEEC entstanden, die seit 1948 Pläne zum wirtschaftlichen Wiederaufbau (Marshallplan) verwirklichte und die Zusammenarbeit in Europa stärkte.
<b>WFTO</b>	<b>World Fair Trade Organisation</b> ( <i>früher IFAT</i> ) ist ein globales Netzwerk von Organisationen, die in der Wertschöpfungskette des Fairen Handel beteiligt sind. Bei den Erzeugerorganisationen liegt der Schwerpunkt auf Handwerk.