



BESCHAFFUNGSLEITLINIEN / SOURCING GUIDELINES

Deutsche Version

[Einleitung](#)

[Leitlinie 1: Kulturelle & ökonomische Sensibilität gegenüber unseren heutigen und zukünftigen Mitgliedern](#)

[Leitsatz 2. Gesunde und wohlschmeckende Produkte](#)

[Leitlinie 3. Herkunft](#)

[Leitlinie 4. Saisonalität](#)

[Leitlinie 5. Nachhaltige Anbaumethoden](#)

[Leitsatz 6. Tierwohl](#)

[Leitlinie 7. Fairness \(Gerechtigkeit gegenüber Erzeuger*innen\)](#)

[Leitlinie 8. Arbeitsschutz und Menschenrechte](#)

[Leitsatz 9. Minimale Verpackung](#)

[Leitsatz 10. Klimapositivität](#)

English version

[Introduction](#)

[Guideline 1: Cultural & Economic Sensitivity for members and non-members](#)

[Guiding principle 2. Healthy and Tasty Products](#)

[Guideline 3. Origin](#)

[Guideline 4. Seasonality](#)

[Guideline 5. Sustainable Farming Methods](#)

[Guideline 6. Animal Welfare](#)

[Guideline 7. Fairness \(towards producers\)](#)

[Guideline 8. Occupational health and Safety and Human Rights](#)

[Guideline 9. Minimum Packaging](#)

[Guideline 10. Climate Positivity](#)

Einleitung

Bei SuperCoop wollen wir wohlschmeckende Lebensmittel anbieten, die einen möglichst geringen ökologischen und sozialen Fußabdruck oder einen positiven Einfluss auf unsere Umwelt und die Gesellschaft haben. Wir wollen diese Lebensmittel für unsere Mitglieder erschwinglich halten. Mit dem gezielten Einkauf wollen wir zur Entwicklung und Weiterentwicklung von nachhaltigen landwirtschaftlichen Strukturen beitragen.

In den Leitlinien der Beschaffung legen wir die Handlungsgrundsätze dar, nach denen wir Produkte auswählen und einkaufen wollen, um die Grundgedanken und Werte des SuperCoop Manifestos zu unterstützen.

Bei den Beschaffungsleitlinien handelt es sich um generelle Handlungsabsichten, mit dem Ziel auf der einen Seite die Grenzen der Beschaffung zu definieren und auf der anderen Seite einen gewissen Spielraum für die zukünftige Entwicklung mehrerer Qualitätsstufen zu schaffen. Wir wollen unsere Mitglieder bei ihren Kaufentscheidungen unterstützen - durch Partizipation und die Bereitstellung von Informationen statt durch Verbote. Die Beschaffungsleitlinien werden durch produktspezifische Scorecards ergänzt. In diesen Scorecards werden Beschaffungsregeln für bestimmte Produktkategorien weiter spezifiziert, um den Mitgliedern die Bewertung der Nachhaltigkeit der Produkte zu ermöglichen.

Die Organisation als Verbrauchergenossenschaft stellt sicher, dass SuperCoop auch bei der Beschaffung im Interesse der Mitglieder und nicht mit dem Ziel der Profitmaximierung handelt. Die Beschaffungsleitlinien sind ein lebendiges Dokument. Gemäß dem Credo von SuperCoop sind alle Genoss*innen eingeladen, Vorschläge zu machen, um die Handlungsleitlinien zu ergänzen.

Leitlinie 1: Kulturelle & ökonomische Sensibilität gegenüber unseren heutigen und zukünftigen Mitgliedern

Wir wollen Produkte anbieten, die den kulturellen und ökonomischen Bedürfnissen unserer Genossenschaft und zukünftigen Mitgliedern gerecht werden. Unser Sortiment ist das Ergebnis einer kollektiven Anstrengung, die die Vielfalt unserer Mitglieder repräsentiert.

Begründung

Die Mitglieder von SuperCoop sind hinsichtlich ihres kulturellen Hintergrund, ihres Lebensstils und ihrer Kaufkraft sehr unterschiedlich. Wir wollen unseren Mitgliedern Waren anbieten, die es ihnen erlauben, gute und wohlschmeckende Lebensmittel zu kaufen, die zu ihnen passen.

Erklärung

Durch unser Produktsortiment wollen wir auf die Bedingungen und Auswirkungen der landwirtschaftlichen Produktion aufmerksam machen. Wir hoffen, durch ein größeres Bewusstsein bei den Mitgliedern einen nachhaltigeren Konsum zu fördern.

Es ist jedoch nicht immer möglich, 100% biologisch und regional zu kaufen. Dafür gibt es viele Gründe, z.B. geographische, ökonomisch-systemische und verschiedene Essgewohnheiten. Wir werden Produkte möglichst so beschaffen, dass sie erschwinglich für unsere Mitglieder bleiben, ihre kulturellen Bedürfnisse decken und den Ansprüchen von SuperCoop im Hinblick auf die Qualität sowie den ökologischen und sozialen Fußabdruck gerecht werden.

Die Erschwinglichkeit wird durch die niedrige Marge sowie durch die Beschaffung einiger konventioneller Produkte gewährleistet.

Wir wollen Möglichkeiten schaffen, dass sich die Mitglieder regelmäßig am Prozess der Produktauswahl beteiligen können, um so neuen Mitgliedern eine faire Teilnahme zu ermöglichen und Anreize für sie zu schaffen, sich einzubringen. Auf diese Weise stellen wir sicher, dass das Sortiment kulturell angemessen ist und die Vielfalt der Gemeinschaft widerspiegelt.

Leitsatz 2. Gesunde und wohlschmeckende Produkte

Wir bieten in erster Linie unverarbeitete, frische, pflanzliche und vegetarische Produkte an. Bei verarbeiteten Produkten legen wir Wert auf die hauptsächliche Verwendung natürlicher Zutaten sowie gesunde Mengen an Zucker-, Fett- und Salzbestandteilen.

Begründung

Gesundheitsrisiken steigen mit einseitiger, ungesunder Ernährung. Die Hälfte der deutschen Bevölkerung ist übergewichtig. Die CO₂-Bilanz tierischer Produkte ist deutlich höher pro Energieeinheit als die CO₂-Bilanz pflanzlicher Produkte. Ein Ernährungsstil mit mehr tierischen Anteilen hat somit größere Auswirkungen auf das Klima. Verarbeitete Produkte machen es zudem schwerer, den Transparenzkriterien zu folgen und unsere Leitsätze einzuhalten.

Erklärung

Wir wollen über Nährwert und Gesundheitsaspekte der Ernährung aufklären, zum Beispiel über die Kommunikation von Inhaltsstoffen und wissenschaftlich begründeten Grenzwerten. Wir sind uns dabei bewusst, dass Ernährung in der Eigenverantwortung der Konsument*innen liegt. Eine Bevormundung soll nicht stattfinden.

Leitlinie 3. Herkunft

Wir bevorzugen regionale Produkte und beschaffen so nah wie möglich.

Begründung

In erster Linie wollen wir regionale, landwirtschaftliche Wertschöpfungsketten stärken und fördern. Je kürzer die Transportwege sind, desto frischer sind die Produkte und desto geringer

ist ihr CO2-Fußabdruck.

Erklärung

Wir beschaffen die Produkte so nah wie möglich. Dafür haben wir 3 Beschaffungszonen definiert: (1) aus dem regionalen Umland < 200 km Radius, (2) zwischen 200 und 700 km von Berlin und (3) >700 km. Wir bevorzugen Produkte, deren Transport zum SuperCoop so klimafreundlich wie möglich ist. Wir kennzeichnen die Herkunft der Produkte.

Die Herkunft eines Produktes ist auch durch das Produkt selbst bestimmt: Wo wächst das Produkt ursprünglich? Welche Auswirkungen hat der Anbau eines Produkts an einer bestimmten Stelle (z.B. Wasserknappheit in Andalusien)?

Es gilt das Subsidiaritätsprinzip, d.h. das Produkt, soll so nah wie möglich beschafft werden. Wenn Salate zum Beispiel nicht regional erhältlich sind, werden wir sie aus Deutschland beschaffen.

Leitlinie 4. Saisonalität

Wir bevorzugen Produkte, die zum jeweiligen Zeitpunkt saisonal erhältlich sind.

Begründung

Der Einkauf saisonaler Produkte ermöglicht ein Maximum an Frische und Geschmack. Der saisonale Anbau von Produkten gemäß der klimatischen Verhältnisse hat einen vergleichsweise geringeren CO2-Fußabdruck.

Erklärung

Diese Leitlinie wird zusammen mit der Leitlinie 3 angewandt. Jedes Produkt hat seine eigene Saison. Saisonalität heißt dabei die Saison in der EU (in den jeweiligen Beschaffungszonen). Das bedeutet, dass wir keine in der EU erhältlichen Produkte aus Übersee (z.B. Kiwi aus Neuseeland, Äpfel aus Chile, usw.) beziehen. Exotische Produkte (Bananen, Ananas, Mangos, etc.), deren Herkunft außerhalb der EU ist, beschaffen wir gemäß der Leitlinie 5 'Nachhaltige Anbaumethoden'.

Wir werden auch Produkte aus energieintensiven Gewächshäusern ausschließen, in denen gegen die natürliche Saison gearbeitet wird.

Leitlinie 5. Nachhaltige Anbaumethoden

Wir bevorzugen Produkte aus nachhaltigem Landbau.

Begründung

Nachhaltige Anbaumethoden tragen zum Erhalt lokaler Biodiversität bei. Die ist entscheidend für die Nahrungssicherheit, die Ernährung und die Aufrechterhaltung der Funktionsfähigkeit lebenswichtiger Ökosystemleistungen. Wir unterstützen durch unseren Einkauf die Erzeuger*innen, die sich für den ökologischen Wandel in der Landwirtschaft engagieren. Frische Produkte, v.a. Obst und Gemüse in Bioqualität sind deutlich weniger mit Schadstoffen belastet und deswegen gesünder.

Erklärung

"Die ökologische Landwirtschaft ist eine Anbaumethode, die die Gesundheit der Böden, der Öko-Systeme und der Menschen stärkt und erhält. Sie ist eher an ökologische Prozesse, die Biodiversität und lokal angepasste Kreisläufe gebunden, als an externe Mittel mit nachteiligen Auswirkungen für Mensch und Natur. Die ökologische Landwirtschaft vereinigt Tradition, Innovation und Wissenschaft zum Vorteil der gemeinsamen Umwelt und um faire Beziehungen und eine hohe Lebensqualität für alle Beteiligten zu fördern."¹

Obst, Gemüse und frisches Fleisch, das wir einkaufen, soll nach ökologischen Anbaumethoden produziert werden. Dies kann durch Zertifizierungen oder auf Vertrauensbasis zu regionalen Erzeugern hergestellt sein. Wir fördern Erzeuger*innen, die ihre Praxis in der a verankern, auch solche, die sich in der Umstellung auf ökologischen Landbau befinden.

From Leitsatz 6. Tierwohl

Wir bemühen uns, ausschließlich Tierprodukte aus Betrieben anzubieten, die sich der Minimierung des Leidens der Tiere sowie der Maximierung des Tierwohl verpflichtet haben. Fleisch aus konventioneller Tierhaltung schließen wir aus.

Begründung

Tiere sind Geschöpfe mit Empfindungen. Wenn wir sie oder ihre Produkte als Nahrungsmittel nutzen, entsteht daraus eine besondere Verantwortung ihnen gegenüber, die sich in Standards für die Tierhaltung und Schlachtung ausdrückt.

Erklärung

Durch Tierwohl-Standards sollen die Gesundheit und das Wohlbefinden der Tiere verbessert werden und Stress vermieden werden. Die Fleischqualität von gesunden und nicht gestressten Tieren ist zudem besser.

Für die Auswahl von Betrieben, von denen wir tierische Produkte beziehen, wollen wir folgende Kriterien berücksichtigen: eine artgerechte Tierhaltung, die den Tieren erlaubt, ihre artigen, sozialen Bedürfnissen auszuleben. Die Haltung soll auch gewährleisten, dass die Tiere artgerechte Nahrung erhalten und sie ohne seelische und körperliche Schäden aufwachsen können. Stress bei Transport und Schlachtung soll vermieden werden.

Leitlinie 7. Fairness (Gerechtigkeit gegenüber Erzeuger*innen)

Wir zahlen Erzeuger*innen faire Preise, die gewährleisten, dass sie vom Erlös ihrer Produkte leben können. Wir bevorzugen Produzent*innen als Partner*innen, die unsere Vision einer nachhaltigen Landwirtschaft und eines demokratischen Miteinanders teilen.

Begründung

Faire Preise für Produzent*innen sowie langfristige und partnerschaftliche Handelsbeziehungen

¹ IFOAM, 2008. Hier abrufbar:

<https://www.ifoam.bio/why-organic/organic-landmarks/definition-organic#:~:text=Organic%20Agriculture%20is%20a%20production,of%20inputs%20with%20adverse%20effects>.

erhöhen die Anreize für nachhaltige landwirtschaftliche Strukturen und stärken dadurch regionale Wertschöpfungsketten.

Erklärung

Die Art und Weise wie landwirtschaftliche Wertschöpfungsketten organisiert sind, führt in weiten Teilen der Welt zu einer nicht nachhaltigen Wirtschaftsweise und zu einer hohen finanziellen Abhängigkeit von Bäuerinnen und Bauern.

Da es keine Zertifizierung für fairen Handel innerhalb Europas gibt, bemühen wir uns gemäß eigener Leitprinzipien direkt mit Erzeuger*innen zu arbeiten. So wollen wir die Einhaltung ökonomischer (z.B. faire Preise und langfristige Beziehungen zu unseren Lieferant*innen) sowie sozialer Standards fördern.

Wir bevorzugen Produzent*innen und Lieferant*innen, die eine ähnliche Vision wie unsere teilen und z.B. genossenschaftlich oder anders gemeinschaftlich organisiert sind.

Leitlinie 8. Arbeitsschutz und Menschenrechte

Wir achten auf gute Sozialstandards bei der Herstellung unserer Produkte. Produkte, bei deren Produktion es häufig zu Menschenrechtsverstößen kommt, widmen wir besondere Aufmerksamkeit.

Begründung

Menschenrechtsverstöße, insbesondere moderne Sklaverei und Kinderarbeit passieren oft in Entwicklungsländern (aber nicht nur!), wo das Arbeitsrecht schwach ist.

Erklärung

Bei Produkten, die von außerhalb der EU importiert werden, ist es unser Ziel, sicherzustellen, dass die Menschenrechte nicht verletzt wurden.

Unabhängige Fairtrade-Siegel bieten eine Möglichkeit, die Einhaltung sozialer Standards zu gewährleisten (wie von der ILO-Kernarbeitsnormen definiert: die Vereinigungsfreiheit und die wirksame Anerkennung des Rechts auf Kollektivverhandlungen, die Beseitigung der Diskriminierung in Beschäftigung und Beruf, die Abschaffung aller Formen der Zwangs- oder Pflichtarbeit sowie die tatsächliche Abschaffung der Kinderarbeit)².

Für EU Produkte wird besondere Aufmerksamkeit auf Beschaffungszonen gelegt, die für ihre unmenschlichen Arbeitsbedingungen bekannt sind (z. B. Almería in Spanien oder Tomaten aus dem Caporalato-System in Italien). Die Produkte aus diesen Gebieten sollten vermieden werden.

Leitsatz 9. Minimale Verpackung

Wir bevorzugen Produkte mit geringen und nachhaltigen Verpackungen.

Begründung

Verpackungen verursachen sowohl am Anfang als auch am Ende des Produktlebenszyklus eine

²Bundesministerium für Arbeit und Soziales/ Internationale Organisationen, abrufbar [hier](#).

große Umweltbelastung - allen voran Kunststoff für Lebensmittel, der nur sehr schwer zu recyceln ist.

Während Plastik es ermöglicht, Lebensmittel länger haltbar zu machen und somit Lebensmittelabfälle zu reduzieren, kann es in vielen Fällen vermieden werden.

Erklärung

Bei der Verpackung der Produkte achten wir darauf, dass so wenig Verpackung wie möglich zum Einsatz kommt. Wir vermeiden Produkte mit Plastikverpackungen. Es soll ein breites Sortiment von unverpackten Produkten angeboten werden (bei der Wahrung von Hygiene und Gesundheitsstandards).

Leitsatz 10. Klimapositivität

Wir bevorzugen Produkte von Lieferant*innen, die klimaneutral sind und damit sich in besonderem Maße für die Einhaltung des 1,5-Grad-Ziels des Pariser Klimaabkommens einsetzen.

Begründung

Die Emissionen von Kohlendioxid und anderen Treibhausgasen (THG) sind für die Klimakrise verantwortlich. Diese Emissionen zu stoppen, ist eine der größten gegenwärtigen Herausforderungen. Während nachhaltige Anbaumethoden, die Fokussierung auf pflanzliche sowie regionale und saisonale Produkte sich zwar positiv auf die Klimabilanz auswirken, so erkennen wir gleichzeitig an, dass dies nicht reichen wird, um unseren Beitrag zu leisten, das 1,5-Grad-Ziel einzuhalten. Deshalb bevorzugen wir wo immer möglich Lieferant*innen und Produzent*innen, die klimapositiv wirtschaften oder sich auf dem Pfad dorthin befinden.

Erklärung

Messbare klimapositive Maßnahmen sind ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette, sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung, Förderung des klimapositiven Verhaltens der Mitarbeitenden, die Reduktion klimaschädlicher Auswirkungen, auch die durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen, insbesondere im Transport und bei der Verpackung.

Klimaneutrale Produkte sind Produkte bei denen der CO₂-Fußabdruck über den gesamten Produktzyklus ("Farm-to-Fork") gegen Null tendiert. Unvermeidbare Emissionen werden kompensiert, z.B. durch Investitionen in Emissionsminderungsprojekte.

SOURCING GUIDELINES

Introduction

At SuperCoop, we want to offer food with a positive impact on the environment and society and/or the smallest possible environmental and social footprint. Through targeted product purchasing, we want to 1) in general, provide food that tastes good and has a high nutritional value, 2) keep food affordable for members, and 3) contribute to the development and advancement of sustainable agricultural structures.

The sourcing guidelines define a set of principles for selecting and purchasing products in line with the core ideas and values of the SuperCoop Manifesto.

The sourcing guidelines set the intention for product procurement. They aim, on the one hand, to define boundaries for sourcing and, on the other hand, to create a framework for the future development of a diverse selection of products. We want to support our members in their purchasing decisions - through participation and the provision of information rather than prohibitions. The sourcing guidelines will be supplemented by product-specific scorecards. These scorecards further specify procurement rules for specific product categories to enable members to evaluate the sustainability of products.

As a consumer cooperative, SuperCoop's aim is to act in the interest of members rather than the maximization of profits. The sourcing guidelines are a living document. All members of the cooperative may propose amendments to the sourcing guidelines.

Guideline 1: Cultural & Economic Sensitivity for members & future members

We want to offer products that meet the cultural and economic needs of our community and future members. Our product assortment is the result of a collective effort that represents the diversity of our membership.

Justification

SuperCoop's members are diverse in terms of their cultural background, lifestyle, and purchasing power. We want to enable our members to buy good quality, tasty food that suits their cultural and socioeconomic needs.

Explanation

Through our product assortment, we want to draw attention to the conditions around and impacts of agricultural production. Through greater awareness, we hope to promote greater levels of sustainable consumption amongst members.

However, buying 100% organic and regional is not always possible. There are many reasons for

this, e.g. geographical, economic, different eating habits, etc. We will source products as much as possible so that they remain affordable for members, while making our best to meet both cultural needs and SuperCoop's standards for quality, and environmental and social impact. Affordability will be ensured by the low margin as well as by sourcing some conventional products.

We want to create opportunities for members to participate in the process of product selection on a regular basis, thereby allowing new members to participate in a fair manner as well as incentivizing new members to join. That way we make sure that the assortment is culturally appropriate and reflects the diversity of the community.

Guiding principle 2. Healthy and Tasty Products

We offer primarily unprocessed, fresh, and plant-based/vegetarian products. For processed products, we emphasize the use of natural ingredients and healthy levels of sugar, fat and salt.

Justification

Health risks increase with an imbalanced, unhealthy diet. The carbon footprint of animal products is significantly higher per unit of energy than the carbon footprint of plant-based products. A diet with more animal products thus has a greater impact on the climate. Processed products also make it harder to follow transparency criteria and comply with our Guiding Principles.

Explanation

We want to educate ourselves about the nutritional value and health aspects of food, for example by clearly communicating scientifically recommended nutritional values. We are aware that nutrition is a personal choice. We do not judge each other's choices at SuperCoop.

Guideline 3. Origin

We prefer regional products and we aim to procure products as close as possible.

Justification

First and foremost, we want to strengthen and promote regional, agricultural value chains. The shorter the transport routes, the fresher the products and the smaller their carbon footprint.

Explanation

We procure products as close as possible to Berlin. To this end, we have defined 3 procurement zones: (1) from the regional surrounding area < 200 km radius, (2) between 200 and 700km from Berlin, (3) >700 km. We prefer products that are transported to SuperCoop emitting as little CO₂ as possible. We label origin.

The origin of a product is also determined by the product itself: Where does the product originally grow? What is the impact of growing a product in a certain place (e.g. water scarcity in Andalusia)?

The principle of subsidiarity applies, i.e. the product, should be sourced as close as possible. For example, if salads are not available regionally, we will source them from Germany etc.

Guideline 4. Seasonality

We prefer products that are available on a seasonal basis.

Rationale

Purchasing seasonal produce allows for maximum freshness and flavor. Growing products seasonally according to climatic conditions has a comparatively smaller carbon footprint.

Explanation

This guideline is applied together with guideline 3. Seasonality here means we are following the season calendars of the EU (in the respective procurement zones). This means that we do not source products available in the EU from overseas (e.g. kiwi from New Zealand, apples from Chile, etc.). We will source exotic products (bananas, pineapples, mangoes, etc.) whose origin is outside the EU in accordance with guideline 4 'Sustainable farming methods'.

We will also exclude products from energy-intensive greenhouses that work against the natural season.

Guideline 5. Sustainable Farming Methods

We will give preference to food produced through sustainable farming methods.

Justification

Sustainable farming methods contribute to the preservation of local biodiversity and healthy ecosystems. Biodiversity is crucial for food security, nutrition and maintaining the proper functioning of vital ecosystem services. Through our purchases, we support producers who are committed to ecological change in agriculture.

Fresh products, especially fruits and vegetables in organic quality, are significantly less polluted and therefore healthier.

Explanation

"Organic Agriculture is a production system that sustains the health of soils, ecosystems, and people. It relies on ecological processes, biodiversity and cycles adapted to local conditions, rather than the use of inputs with adverse effects. Organic Agriculture combines tradition, innovation, and science to benefit the shared environment and promote fair relationships and good quality of life for all involved."³

Fruit, vegetables and fresh meat that we buy should be produced according to organic practices. This can be established through certifications or on a basis of trust with regional producers. We promote producers anchoring their practice in agroforestry, agro-ecology and

³IFOAM, 2008. Available on:

<https://www.ifoam.bio/why-organic/organic-landmarks/definition-organic#:~:text=Organic%20Agricultur e%20is%20a%20production,of%20inputs%20with%20adverse%20effects.>

permaculture, including those in the process of converting to organic farming.

Guideline 6. Animal Welfare

We strive to offer only animal products from farms that are committed to minimizing animal suffering as well as to maximize animal welfare. We exclude meat from conventional sources.

Justification

Animals are creatures with the capacity to think and feel. When we use them or their products as food, this gives rise to a special responsibility towards them, which is expressed in standards for animal husbandry and slaughter.

Explanation

Animal welfare standards are intended to improve the health and well-being of animals and prevent stress. The quality of meat from healthy and non-stressed animals is also better.

For the selection of farms from which we purchase animal products, we want to consider the following criteria: animal care, and breeding that is appropriate to the species and allows the animals to live out their inherent, social needs. Care should also ensure that the animals receive food appropriate to their species and that they can grow up without mental and physical damage. Stress during transport and slaughter should be avoided.

Guideline 7. Fairness (towards producers)

We pay producers fair prices that ensure that they can live from the proceeds of their products. We prefer producers as partners who share our vision of sustainable agriculture and cooperative coexistence.

Justification

Fair prices for producers, as well as long-term trade relations based on partnership, increase the incentives for sustainable agricultural structures and thereby strengthen regional value chains.

Explanation

The way agricultural value chains are currently organized leads to low, unsustainable wages for farmers and high financial dependency (on employers, governments, and/or international financial institutions) in large parts of the world.

As there is no certification for fair trade within Europe, we try to work directly with producers according to our own guiding principles (tbd) for working with local producers. In this way, we want to promote compliance with equitable economic (e.g. fair prices and long-term relationships with our suppliers) standards.

We give preference to producers and suppliers who share a similar vision to ours and who, for example, are organized as cooperatives or in other collaborative ways.

Guideline 8. Occupational health and Safety and Human Rights

We pay attention to good social standards in the production of our products. We pay particular attention to products whose production frequently involves human rights violations.

Justification

Human rights violations, especially modern slavery and child labor often happen in countries where labor laws are weak. Independent Fair Trade labels⁴ offer a way to ensure that International Labour Organisation conventions are respected.

Explanation

This guideline comes in addition to guideline 8, which mainly focused on economic aspects. For products imported from outside the EU, our goal is to ensure that they do not violate human rights, and, through independent Fair Trade labels, that they respect the eight core labour standards of the ILO, in other words: “[...] the ILO conventions concerning freedom of association and the effective recognition of the right to collective bargaining, the elimination of discrimination in respect of employment and occupation, the elimination of all forms of forced or compulsory labour, and the effective abolition of child labour”.⁵

Special attention will be given to procurement zones in the EU known for their inhumane conditions of employment (for example, Almería in Spain or tomatoes from the Caporalato system in Italy).

Guideline 9. Minimum Packaging

We prefer products with minimal and/or sustainable packaging.

Justification

Packaging causes a large environmental impact both at the beginning and at the end of the product life cycle - most notably plastic used for food, which is very difficult to recycle.

While plastic allows food to last longer thus reducing food waste, it can still be avoided in many cases.

Explanation

We aim to use as little packaging as possible. We avoid products with plastic packaging when possible. A wide range of unpackaged products should be offered (while maintaining hygiene and health standards).

⁴ Examples include: Fair Trade International, Naturland Fair, World Fair Trade Organisation, etc...

⁵ Federal Ministry of Labour and Social Affairs

<https://www.bmas.de/EN/Our-Topics/Social-Europe-and-international-Affairs/International/International-Organisations/international-labour-organization.html#:~:text=They%20include%20the%20eight%20core,of%20forced%20or%20compulsory%20labour%2C>

Guideline 10. Climate Positivity

We give preference to products from suppliers who are particularly committed to meeting the 1.5-degree target of the Paris Climate Agreement and strive for climate-neutrality in their operations.

Justification

Emissions of carbon dioxide and other greenhouse gases (GHG) are responsible for the climate crisis. Stopping these emissions is one of today's greatest challenges. While sustainable farming practices, a focus on plant-based and regional and seasonal products have a positive impact on our carbon footprint, we also recognize that this will not be enough to do our part to meet the 1.5 degree target. Therefore, wherever possible, we give preference to suppliers and producers who operate in a climate-positive manner or are on the path to doing so.

Explanation

Quantifiable climate-positive measures are for example ecologically sustainable logistics supply chains, socio-ecological investments, promotion of climate-positive behavior among employees, reduction of climate-damaging impacts, including those caused by the use and disposal of products and services, especially in transport and packaging.

Climate-neutral products are products whose carbon footprint over the entire product cycle ("farm-to-fork") tends toward zero. Unavoidable emissions are compensated, e.g. through investments in emission reduction projects.