



**Bundesgymnasium**

2700 Wiener Neustadt, Zehnergasse 15  
Tel: 02622/23136 Web: [www.bgzehrwn.ac.at](http://www.bgzehrwn.ac.at) Mail: [kanzlei@bgzehrwn.ac.at](mailto:kanzlei@bgzehrwn.ac.at)

Schulkennzahl: 304046



# **Die Entwicklung und Auswirkungen des Fairen Handels**

Vorwissenschaftliche Arbeit verfasst von

Sophie Magdalena Gatschnegg

Klasse 8cg

Betreuer: Mag. Dr. Ingrid Schwarz

Februar 2019

BG Zehnergasse

2700 Wr. Neustadt, Zehnergasse 15

## **Abstract**

Die vorliegende Arbeit setzt sich, zur Gänze auf Literaturstudien basierend, mit der Entwicklung und den Auswirkungen des Konzeptes des fairen Handels auseinander. Zusätzlich wird die Kritik am Fair Trade System und seine mögliche Weiterentwicklung beschrieben.

Im Laufe der Arbeit sollen verschiedene Initiativen vorgestellt werden, die zur Entstehung des Fair Trade Konzeptes und dessen Siegel führten. Die Ziele des Konzeptes werden anhand offizieller Standards vorgestellt und dessen Auswirkungen auf den Globalen Süden und die Kritik am Fair Trade System anhand von Beispielen umrissen. Zuletzt wird die Zukunft von Fair Trade basierend auf Aussagen des Chef von Fairtrade International und dem Annual Report 2016-2020 beschrieben.

Im Laufe der Arbeit stellt sich heraus, dass die Entstehung des Konzeptes Fair Trade stark mit dem Engagement von Privatpersonen zusammenhängt. Außerdem erweisen sich die ökonomischen, sozialen und ökologischen Auswirkungen des fairen Handels als teilweise sehr kontrovers. Am Ende der Arbeit zeigen sich die Entwicklungsmöglichkeiten des Konzeptes und seine geplante Rückfokussierung auf Kleinbäuer\*innen.

# Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	4
2. Das Konzept Fair Trade.....	6
2.1. Begriffsdefinition.....	6
2.2. Die Entwicklung des Fairen Handels .....	7
2.2.1. Die Entwicklung der Weltläden .....	8
2.2.2. Die Entwicklung des Fair Trade- Siegels .....	13
2.3. Ziele des Fairen Handels .....	17
3. Die Auswirkungen des Fairen Handels .....	22
3.1. Ökonomische Wirkungen.....	22
3.2. Soziale Wirkungen.....	22
3.3. Ökologische Wirkungen .....	25
4. Ausblick des Fairen Handels .....	27
4.1. Kritik .....	27
4.2. Die Zukunft des Fairen Handels .....	30
5. Fazit.....	32
Literaturverzeichnis .....	33

## 1. Einleitung

Der faire Handel weist eine lange Entstehungs- und Entwicklungsgeschichte auf. Die Weltläden und das Fair Trade-Siegel wurden zu einem festen Bestandteil des Konzeptes und was als persönliches Engagement, im Rahmen begrenzter Möglichkeiten begonnen hatte, entwickelte sich zu einem zunehmend bekannten Konzept alternativen Handels, dessen Zukunft auch heute diskutiert wird.

Diese Arbeit setzt sich mit der Entstehungsgeschichte des fairen Handels sowie mit der Entwicklung der Weltläden und Fair Trade-Siegel auseinander. Außerdem soll sie die Ziele des Konzeptes aufweisen und die Auswirkungen des fairen Handels auf den Globalen Süden von unterschiedlichen Seiten beleuchten. Zuletzt wird in der vorliegenden Arbeit die Frage nach der Zukunft des Fair Trade Konzeptes behandelt.

Die Arbeit basiert gänzlich auf Literaturstudien und während der Herausarbeitung der Entstehungsgeschichte des Fair Trade Konzepts zu Beginn dieser Arbeit, dient das Werk „Das Prinzip Fairtrade – vom Weltladen in den Supermarkt“ von Wirtschaftsjournalist und Autor Caspar Dohmen, als bedeutende Grundlage.<sup>1</sup>

In Bezug auf die Ziele des fairen Handels stützt sich diese Arbeit vor allem auf die 10 Principles of Fair Trade, die von der World Fair Trade Organization festgelegt worden sind.<sup>2</sup>

Für die darauffolgende Auseinandersetzung mit den Auswirkungen des fairen Handels im dritten Kapitel der Arbeit, stellt die Studienausgabe des Buches „Fair Trade“ von Michael von Hauff und Katja Claus eine wichtige Basis dar, die den Einfluss des fairen Handels bereits in ökonomische, soziale und ökologische Auswirkungen gegliedert haben.<sup>3</sup> Außerdem wurde das Kapitel unter Miteinbeziehung mehrerer Fair Trade verbundenen Studien verfasst.

---

<sup>1</sup>vgl. Dohmen, Caspar: Das Prinzip Fairtrade. Vom Weltladen in den Supermarkt. 1. Auflage. Berlin: orange-press, 2017.

<sup>2</sup> vgl. World Fair Trade Organization, 10 Principles of Fair Trade, 2018d, URL<<https://wfto.com/fair-trade/10-principles-fair-trade>>, [Zugriff: 01.02.2019]

<sup>3</sup> vgl von Hauff, Michael und Claus, Katja: *Fair Trade*. Studienausgabe. 3. Auflage. Deutschland: UVK Verlagsgesellschaft mbH, 2018.

Das letzte Kapitel dieser Arbeit befasst sich sowohl mit der Kritik als auch der Zukunft des fairen Handels. Hierbei dienen vor allem zahlreiche Websites von unterschiedlichen Fair Trade Organisationen und auch die bereits erwähnten Werke als Grundlage. Die Zukunft des fairen Handels wird vor allem durch die Worte des Vorstands von Fairtrade International, Darío Soto Abril, umrissen, die einem Interview aus dem Magazin „Südwind“ entnommen wurden.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> vgl. Solder, Richard: *Zurück in die Zukunft*. In: Südwind Magazin. November 2018, Nr. 11-12.

## 2. Das Konzept Fair Trade

Das Konzept des fairen Handels geht bereits bis in das 18. Jahrhundert zurück und entwickelt sich stetig weiter.<sup>5</sup> Im folgenden Kapitel soll das Konzept vorrangig anhand seiner Entwicklungsgeschichte und seiner Ziele beschrieben werden.

### 2.1. Begriffsdefinition

„Fair Trade“ wird von der World Fair Trade Organization wie folgt definiert:

*"Fair Trade is a trading partnership, based on dialogue, transparency and respect, that seeks greater equity in international trade. It contributes to sustainable development by offering better trading conditions to, and securing the rights of, marginalized producers and workers – especially in the South.*

*Fair Trade organisations have a clear commitment to Fair Trade as the principal core of their mission. They, backed by consumers, are engaged actively in supporting producers, awareness raising and in campaigning for changes in the rules and practice of conventional international trade."*  
(World Fair Trade Organization)<sup>6</sup>

„Gerecht“ beziehungsweise „fair gehandelt“, „fair trade“ und „fairtrade“ bedeuten einen Handel, von dem auch die Produzent\*innen profitieren.

Der Begriff „Fairtrade“ verweist auf die Labeling Organization Fairtrade International, eines der Siegel des fairen Handels.

---

<sup>5</sup> vgl. Dohmen, *Das Prinzip Fairtrade*, S. 18.

<sup>6</sup> World Fair Trade Organization, 2018a, URL<<https://wfto.com/fair-trade/definition-fair-trade>>, [Zugriff: 01.02. 2019]

## 2.2. Die Entwicklung des Fairen Handels

Caspar Dohmen weist in seinem Buch *Das Prinzip Fairtrade – Vom Weltladen in den Supermarkt* darauf hin, dass das Prinzip der Gerechtigkeit bereits in der Antike eine Rolle gespielt hat. Zum Beispiel, wenn sich zwei Parteien auf einen akzeptablen Preis für ihre Waren einigen mussten.<sup>7</sup>

Mittlerweile haben sich unterschiedliche Sichtweisen auf das Thema Preise etabliert, die fundamentale Unterschiede aufweisen. Die objektive Werttheorie besagt, dass der Wert einer Ware danach bewertet werden muss, welcher Aufwand und welche Arbeit dafür aufgewandt werden musste. Außerdem soll er von den umweltlichen Bedingungen und den finanziellen Mitteln der Produzent\*innen abhängen. Im Gegenteil dazu vertritt die subjektive Werttheorie den Blickwinkel, von dem aus der Preis eines Produktes an seinem Nutzen für die Verbraucher\*innen gemessen werden soll und sehr stark von Angebot und Nachfrage beeinflusst ist. An der Stelle, an der diese beiden Aspekte miteinander übereinstimmen, wird der Wert einer Leistung festgelegt. Die Anzahl jener, die von der subjektiven Werttheorie profitieren, liegt mit hoher Wahrscheinlichkeit unter der Anzahl der Betroffenen, die dadurch negativ beeinflusst werden, da viel mehr Wert auf die endgültige Effizienz des Preises für den Markt gelegt wird, als auf die Berücksichtigung der Umstände unter denen ein Produkt hergestellt wurde und somit eine hohe Anzahl an Produzent\*innen oft ausgenutzt wird. Da die subjektive Werttheorie heutzutage unseren Umgang mit der Preisfestsetzung dominiert und die Preise somit lediglich von den einflussreichen Mächten, welche Entscheidungen in Bezug auf den Markt treffen können, geprägt werden, ist es dem fairen Handel ein Anliegen den Produzierenden gerechtere Preise zu ermöglichen, von denen auch sie selbst und nicht nur der Markt positiv beeinflusst werden.<sup>8</sup>

Weiters möchten die verschiedenen Siegel des fairen Handels dafür eintreten, dass die Menschenrechte in Bezug auf jede, am Prozess beteiligte Gruppe eingehalten werden.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> vgl. Dohmen, *Das Prinzip Fairtrade*, S. 17.

<sup>8</sup> vgl. Dohmen, *Das Prinzip Fairtrade*, S. 17f.

<sup>9</sup> vgl. World Fair Trade Organization, 2018d, URL<<https://wfto.com/fair-trade/10-principles-fair-trade>>, [Zugriff: 01.02.2019]

Diese Anliegen, die Arbeits- und auch Lebensbedingungen der Produzent\*innen zu verbessern, erkennt man derzeit beispielsweise an verschiedenen Initiativen, unter denen die Weltläden und verschiedenen Siegel einen bedeutenden Platz einnehmen.

### **2.2.1. Die Entwicklung der Weltläden**

Das Fachgeschäft in Bezug auf fairen Handel, in dem heute fair gehandelte Waren verkauft werden, ist der Weltladen. Alleine in Österreich gibt es mittlerweile 90 Weltläden, von denen der erste in Innsbruck etabliert worden ist.

In den Weltläden werden vorrangig Produkte aus den Regionen Asien, Afrika und Lateinamerika zum Verkauf angeboten, die unter gerechten Bedingungen hergestellt wurden.<sup>10</sup>

Diese Bewegung begann erstmals in England während des 18. Jahrhunderts, wo die Abolitionist\*innen versuchten gegen die Sklaverei vorzugehen, aufgrund derer die Versklavten unter unmenschlichen Bedingungen Kakao und Zucker anbauen mussten. Anfangs versuchten die Abolitionist\*innen auf politischem Weg auf die Situation zu wirken, zum Beispiel durch das Sammeln von Unterschriften, die zu den Parlamentariern und der Regierung weitergeleitet wurden. Doch ihr Einfluss erwies sich als sehr gering, da nur die wenigen, privilegierten Gruppen der Bevölkerung damals wählen konnten und diejenigen, die in der Wirtschaft eine bedeutende Rolle spielten und den Sklavenhandel als notwendiges Mittel für den Markt betrachteten, mehrheitlich im Parlament vertreten waren.

Weder die bevorzugten Bevölkerungsgruppen noch die wirtschaftlich bedeutenden Mächte waren daran interessiert, ihre durch die Sklavenarbeit erworbenen Vorteile, aufzugeben, weshalb die Gegner\*innen der Sklaverei dazu übergingen, ihre Möglichkeiten als Konsument\*innen in Betracht zu ziehen und zu nutzen.

---

<sup>10</sup> vgl. ARGE Weltläden, Verein: Arbeitsgemeinschaft – ARGE zur Förderung der Weltläden, 2019b, URL<<https://www.weltladen.at/weltlaeden-weltcafes/>>, [Zugriff: 01.02.2019]



Im Folgenden kam es zum Boykott von Zucker, bei welchem hunderttausende Verbraucher\*innen, dem Apell der Abolitionist\*innen folgten und keinen Rohrzucker mehr einkauften.<sup>11</sup>

Abgesehen davon, etablierte der amerikanische Abolitionist Benjamin Ludy bereits 1926 einen „Free Produce Store“, dessen Produkte nicht von Sklav\*innen hergestellt worden waren. Ähnliche Geschäfte wurden von Menschen eröffnet, die an denselben Prinzipien festhielten. Auch wenn diese Läden des 19. Jahrhunderts nicht lange bestanden, stellen sie die Vorstufe der heutigen Weltläden dar.<sup>12</sup>

Bevor sich die Initiative der Weltläden bis nach Europa ausbreitete, orientierte sich zum Beispiel auch Edna Ruth Byler während der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts erneut an dieser Idee. Sie setzte sich schon vor der Gründung ihres fairtrade Geschäftes im Jahre 1958 mit dem Thema auseinander, nachdem sie mit ihrem Ehemann auf einer seiner Geschäftsreisen in Puerto Rico gewesen war.

Dort beobachtete sie, wie Frauen ihre selbst hergestellten Waren für einen geringen Lohn verkaufen mussten, welcher ihnen kaum ermöglichte, ihre Familien oder sich selbst zu ernähren. Im Folgenden erstand sie 1946 einen Teil derer Waren, um einen aus ihrer Sicht angemessenen Preis und brachte sie in die USA, wo sie sie an Freund\*innen und andere Bekannte, im Rahmen der lokalen Kirchengemeinschaft weiterverkaufte.

Da dieses Vorgehen guten Anklang fand, wiederholte sie die Prozedur und Gleichdenkende unterstützten sie bald auf unterschiedlichen Ebenen, woraus die Initiative Self Help Crafts entstand. Auf der Weltkonferenz der Mennonit\*innen 1952 verkaufte sie ihre fair gehandelten Waren und 1966 wurde ihre Bewegung Ten Thousand Villages genannt, die bis jetzt eine der bedeutendsten Fair-Trade-Initiativen der Welt darstellt.

Auch in England wurde von Quäker\*innen die Organisation Oxfam, Oxford Committee for Famine Relief gegründet. Das Ziel dieser Bewegung war es anfangs gewesen, Menschen nach dem Zweiten Weltkrieg zu unterstützen, welche unter Hungersnot litten. Oxfam entwickelte sich aber schließlich zu Oxfam fairtrade, als der Notstand in Europa ein Ende genommen hatte. Die Bewegung interessierte sich zunehmend für den

---

<sup>11</sup> vgl. Dohmen, *Das Prinzip Fairtrade*, S. 18f.

<sup>12</sup> vgl. Dohmen, *Das Prinzip Fairtrade*, S. 19.

Globalen Süden und trug bedeutend dazu bei, die Theorie und Praxis des fairen Handels weiterzuentwickeln.<sup>13</sup>

Grundsätzlich waren die verschiedenen Alternative Trade Organizations, ATOs eng mit der Kirche verbunden. Einzelpersonen, die oft mit ihrer Kirchengemeinschaft zusammenarbeiteten setzten sich für bessere Zustände in Bezug auf den Handel ein, da sie die bestehenden Regelungen als ungerecht und unmenschlich empfanden.<sup>14</sup>

Erst mit der Gründung einer weiteren Initiative gewann es an Bedeutung, die in Europa ansässige Bevölkerung über den unmenschlichen Handel und die Missstände im Süden aufzuklären. Schließlich haben in den Niederlanden 1959 jugendliche Anhänger\*innen der katholischen Volkspartei, die Organisation Komitee Steun Onderontwikkelde Streken, auch S.O.S genannt, ins Leben gerufen, die die Quelle des Interesses an fairem Handel in Europa darstellte. Die Organisation kooperierte mit dem deutschen Hilfswerk der katholischen Kirche, das fast zur selben Zeit gegründet worden war. Das führte dazu, dass sich das Thema auch bis nach Deutschland ausbreitete.<sup>15</sup>

Der erste Weltladen nach heutiger Vorstellung, entstand in der niederländischen Gemeinde Breukelen und wurde nach der Konferenz der UNCTAD, United Nations Conference on Trade and Development 1968 in Delhi, von Jugendlichen etabliert.

Auf dieser Konferenz waren die ungerechten Verhältnisse in Bezug auf den Welthandel besprochen worden.<sup>16</sup> Während der Diskussion wurde das Bestreben nach einem Handel auf Augenhöhe, zwischen Ländern des Globalen Nordens und des Globalen Südens, durch den Spruch „Trade not Aid“ manifestiert.<sup>17</sup> Trotzdem wird es noch lange dauern, bis diese Theorie wirklich in die Tat umgesetzt und der Globale Norden nicht mehr als „Retter“ des Globalen Südens angesehen wird. Und erst Jahre nach der Konferenz in Dehli sollten Maßnahmen ergriffen werden, die den Globalen Norden nicht länger als die alleinige Entscheidungskraft in seinen Handelsbeziehungen mit den verschiedenen Ländern des Globalen Südens bestehen lassen.<sup>18</sup>

---

<sup>13</sup> vgl. Quaas, Ruben: *Fair Trade. Eine global-lokale Geschichte am Beispiel des Kaffees*. 1. Auflage. Köln: Böhlau Verlag, 2015, S. 55.

<sup>14</sup> vgl. von Hauff, Claus, *Fair Trade*, S. 81.

<sup>15</sup> vgl. Quaas, *Fair Trade*, S. 56f.

<sup>16</sup> vgl. Dohmen, *Das Prinzip Fairtrade*, S. 25.

<sup>17</sup> vgl. von Hauff, Claus, *Fair Trade*, S. 81.

<sup>18</sup> vgl. Dohmen, *Das Prinzip Fairtrade*, S. 87.

Auf jener Konferenz brachte der niederländische Journalist Dick Scherpenzen außerdem den Vorschlag vor, einen Laden als Zentrum des fairen Handels zu errichten, welcher Interessierten und Gleichgesinnten ermöglichen sollte, gerecht gehandelte Waren anzubieten und Kund\*innen über die unausgewogene Situation des Welthandels aufzuklären. Die Idee fand Anklang und es wurden schließlich 170 solcher Weltläden in den Niederlanden etabliert. Auch in Österreich, Deutschland und der Schweiz orientierten sich Menschen an der Initiative und eröffneten ebenfalls solche Geschäfte. In Europa gibt es mittlerweile ungefähr 2.700 Weltläden. Anfangs importierten diese Läden ihre Waren vor allem durch die Organisation S.O.S und deren Tochtergesellschaften in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Irgendwann entwickelten sich allerdings selbständige Importorganisationen. In Österreich führte das zu einer Entwicklungszusammenarbeit mit der Fairer Handel GmbH, EZA. In ganz Europa entstanden solche Importorganisationen, wie zum Beispiel GEPA in Deutschland und Weltläden, von denen viele heute noch bestehen.

Die damaligen Geschäfte hatten meistens unterschiedliche Schwerpunkte. Manche konzentrierten sich auf eine bestimmte Ware, während andere sich auf eine Region beschränkten. Nicht zuletzt weil die meisten Innovator\*innen der Läden, von subjektiven Erfahrungen und persönlichen Bekanntschaften inspirierten worden waren.<sup>19</sup>

Da das vordergründige Bestreben dieser Geschäfte vorerst entwicklungsbezogene Hilfe, zum Beispiel in Bezug auf Bildung war und nicht, ihren Kund\*innen qualitative Waren anzubieten, sollte weiterhin vor allem das Bewusstsein über die ungerechten Verhältnisse auf dem Weltmarkt vermittelt werden. Es standen nicht die Produkte an sich im Vordergrund, sondern vielmehr die Aufklärungsverantwortung gegenüber den Kund\*innen.<sup>20</sup>

Der Prozess basierte vor allem auf beidseitigem Vertrauen, da keine kongruenten Standards entwickelt worden waren. Die ehrenamtlichen Betreiber\*innen der Weltläden, mussten sich auf die Produzent\*innen verlassen und die Kund\*innen darauf

---

<sup>19</sup> vgl. Dohmen, *Das Prinzip Fairtrade*, S. 25f.

<sup>20</sup> vgl. Sandra Bähge, 2016, *Verändert der Faire Handel die Gesellschaft?*, Studie der Ceval GmbH in Auftrag gegeben von TransFair, Url<[http://www.ceval.de/modx/uploads/pdf/161124\\_A\\_Trend-und%20Wirkungsstudie\\_Ver%C3%A4ndert%20der%20Faire%20Handel%20die%20Gesellschaft.pdf](http://www.ceval.de/modx/uploads/pdf/161124_A_Trend-und%20Wirkungsstudie_Ver%C3%A4ndert%20der%20Faire%20Handel%20die%20Gesellschaft.pdf)>, [Zugriff: 01.02.2019], S. 30.

vertrauen, dass die Besitzer\*innen der Läden den Gewinn für Entwicklungsprojekte verwendeten. Durch die Informationsweitergabe an Käufer\*innen wollten die frühen Weltläden dazu inspirieren, die Regierungen zunehmend dazu zu drängen, den ungleichen Welthandel zu revolutionieren, um ein gerechteres System zu etablieren.<sup>21</sup> 1972 forderten dann die Länder des Globalen Südens auf der dritten Konferenz der UNCTAD eine neue Wirtschaftsregelung. Nicht der Markt, der stark von der subjektiven Werttheorie beeinflusst ist, sondern die Staaten selbst sollten zunehmend den Handel mit Waren beeinflussen. Diese Idee wurde von der Wirtschaft jedoch nicht weiter verfolgt und es trat sogar eine zunehmende Privatisierung in Bezug auf den Handel in Kraft. Diese Veränderungen waren ein harter Rückschlag für die Engagierten des fairen Handels und der Versuch, Einfluss über einen politischen Weg auf den Welthandel zu nehmen, schien erfolglos. Man sah keinen ersichtlichen Grund mehr, die Menschen über das Thema aufzuklären, um ihnen zu ermöglichen auf dieser Ebene Druck auf die Regierung auszuüben. Außerdem waren die ungerechten Zustände des Welthandels nun in Schulbücher und somit den Lehrplan aufgenommen worden, was den Aufklärungsaspekt der Weltläden unterstützte, da das Wissen über diese Vorgänge nun zum Allgemeinwissen zählte. Diese Neuordnungen führten allerdings dazu, dass die etablierten Weltläden vielmehr die Selbstinitiative ergriffen und sich nun darauf konzentrierten, den Menschen zu ermöglichen, ihr Wissen anzuwenden. Die Produkte an sich gerieten in den Fokus, damit die Kund\*innen die Bewegung hin zu einem gerechteren System, durch den Kauf von qualitativen, gerecht gehandelten Waren unterstützen konnten.<sup>22</sup>

Das Sortiment der heutigen Weltläden ist von Laden zu Laden verschieden, umfasst aber grundsätzlich Produkte, wie Lebensmittel, Schmuck und Accessoires, Taschen und andere Ledererzeugnisse, Körperpflegeprodukte und auch biologisch verantwortungsbewusst und fair produzierte Kleidung.<sup>23</sup> Die WFTO, World Fair Trade Organisation bietet heute einheitliche Regelungen und Richtlinien, denen die Mitglieder

---

<sup>21</sup> vgl. Dohmen, *Das Prinzip Fairtrade*, S. 26f.

<sup>22</sup> vgl. Dohmen, *Das Prinzip Fair Trade*, S. 28.

<sup>23</sup> vgl. ARGE Weltläden, Verein: Arbeitsgemeinschaft – ARGE zur Förderung der Weltläden, 2019a, URL<<https://www.weltladen.at/produkte/>>, [Zugriff: 01.02.2019]

und somit auch Produkte derzeit entsprechen müssen, um ein Siegel des fairen Handels tragen zu dürfen.<sup>24</sup>

### **2.2.2. Die Entwicklung des Fair Trade- Siegels**

Lange bevor eine Organisation wie die WFTO überhaupt ein Thema hätte werden können, begann 1988 die Gründung eines einheitlichen Siegels. Es entwickelten sich zwei unterschiedliche Familien von Siegeln, Max Havelaar und Transfair.

Diese beiden Initiativen befanden sich anfangs im ständigen Wettstreit miteinander, bis sie sich schließlich 1997, unter dem Namen Fairtrade Labelling Organization zusammenschlossen und sich auf ein gemeinsames Siegel einigten.

Darauf folgte letztenendlich auch das Streben nach Gleichstellung des Globalen Südens in deren Handelsbeziehung mit dem Globalen Norden, was ein Mitbestimmungsrecht für die vielen betroffenen Produzent\*innen bedeutete.<sup>25</sup>

Der anfängliche Konkurrenzkampf der beiden Siegelfamilien ist zum Großteil auf ihre unterschiedlichen Vorstellungen zurückzuführen. Transfair trat immer schon für eine einheitliche Repräsentation ein, während die verschiedenen Initiativen von Max Havelaar sehr individuell handelten. Außerdem arbeitete Transfair mit einer großen Diversität an Produkten und Max Havelaar konzentrierte sich zu Beginn ausschließlich auf den fairen Handel mit Kaffee.<sup>26</sup>

Die Entwicklung von Transfair bis hin zu Transfair International wurde stark von Martin Kunz beeinflusst, welcher von seinen Erfahrungen während seines Zivildienstes geprägt worden war. Auf die Aufforderung einer kirchlichen Gemeinschaft hin, kaufte er in Kalkutta, wo er seinen Zivildienst verrichtete, 10.000 Juttepuppen. Diese Puppen verkaufte er, wie ungefähr 30 Jahren vor ihm Edna Ruth Byler, in seiner Heimatstadt an andere Kirchengemeinschaften weiter. Als er schließlich nach seinem Zivildienst nach Deutschland zurückkehrte, eröffnete er 1976 gemeinsam mit Freunden einen Laden, der faire Waren anbot. Nach dem Abschluss seiner Doktorarbeit über den fairen Handels,

---

<sup>24</sup> vgl. World Fair Trade Organization, 2018c, URL<<https://wfto.com/about-us/what-we-do>>, [Zugriff: 01.02.2019]

<sup>25</sup> vgl. Dohmen, *Das Prinzip Fair Trade*, S. 80.

<sup>26</sup> vgl. Dohmen, *Das Prinzip Fair Trade*, S. 82f.

ging er in die kirchliche Entwicklungsarbeit und wurde schließlich zum Aufsichtsratsvorsitzenden der GEPA gewählt. Die Transfair Organisationen waren nach der Gründung von Transfair International am 12. Juni 1992 in Göttingen durch die EFTA, European Free Trade Association, und Transfair Deutschland, durch diesen Verband verbunden und das von Transfair erwünschte, einheitliche Auftreten und Agieren war zunehmend gesichert. Außerdem operierten alle Transfair Organisationen unter demselben Logo. Martin Kunz' größte Aufgabe war die Ausweitung der Initiative. Er breitete die Transfair Standorte zusammen mit anderen bis nach Österreich, Deutschland, Italien und Luxemburg aus.<sup>27</sup> Kunz besuchte auch Kanada und Großbritannien um die Etablierung von Transfair Initiativen an diesen Orten zu popularisieren.<sup>28</sup> Später wurde die Organisation sogar in Japan und den USA verbreitet.<sup>29</sup>

Die Initiative Max Havelaar nahm ihren Anfang in den Niederlanden. Frans van der Hoff und Nico Roozen gründeten die Stiftung 1988, um einen gerechten Preis für Kaffeebohnen durchzusetzen, um mexikanische Arbeiter\*innen angemessen für ihre Arbeit entlohnen zu können. Ähnlich wie Martin Kunz' Vision, waren auch sie davon überzeugt, dass ein fairer Preis einen Weg aus der Armut darstellen könnte und den Produzent\*innen zu Handlungsmöglichkeiten und mehr Selbstbestimmung verhelfen könnte.<sup>30</sup>

Nachdem Max Havelaar in den Niederlanden gegründet worden war, wurden ähnliche Organisationen unter dem selben Namen in Belgien, der Schweiz, Schweden und Dänemark etabliert.<sup>31</sup>

Max Havelaar sollte anfangs einen gerechteren Kaffeehandel ermöglichen und zum Beispiel auch in Schweden begann deren Arbeit für den fairen Handel mit einer Kampagne, die „Sauberer Kaffee“ genannt wurde. Sechs Hilfswerke stellten gemeinsam mit der Importgenossenschaft Dritte Welt OS3, heute claro fair trade AG, und den

---

<sup>27</sup>vgl. Dohmen, *Das Prinzip Fair Trade*, S. 80ff.

<sup>28</sup> vgl. Granville, Brigitte und Dine, Janet: *The Processes and Practices of Fair Trade. Trust, ethics and governance*. 1. Ausgabe. Vereinigtes Königreich: Routledge, 2014, S. 52.

<sup>29</sup> vgl. Dohmen, *Das Prinzip Fair Trade*, S. 82.

<sup>30</sup> vgl. Max Havelaar Foundation, 2017, URL <[http://maxhavelaar.nl/wie\\_zijn\\_wij](http://maxhavelaar.nl/wie_zijn_wij)>, [Zugriff: 01.02.2019]

<sup>31</sup> vgl. Dohmen, *Das Prinzip Fair Trade*, S. 82.

verschiedenen Weltläden, eine Bewegung auf die Beine, die in der Schweiz ein Label für fair gehandelten Kaffee etablieren wollte.<sup>32</sup>

Rolf Buser war Geschäftsführer von Max Havelaar in den Niederlanden. Er war zwar für eine finanzielle Entschädigung der Importorganisation OS3, wenn sie Vorleistungen erbrachte, aber er sprach sich gegen Transfairs Vorzugsbehandlungen aus und als Kunz seine Organisation schließlich global verbreitete, übte Buser ebenfalls Kritik aus. Er war der Meinung, dass dem fairen Handel an Orten wie den USA, Kanada und Japan essentielle Grundlagen fehlen würden, wie zum Beispiel die Weltläden und Importorganisationen. Martin Kunz reagierte darauf pragmatisch, indem er erklärte keinen Grund erkennen zu können, die Möglichkeit auf die Ausweitung von Transfair abzulehnen, soweit die betroffenen Länder den grundsätzlichen Erwartungen entsprachen.

Auch wenn die beiden Siegelfamilien die selben Anforderungen an die Zukunft stellten und das selbe Bestreben verfolgten, ließen sie ihre Differenzen in Bezug auf ihr Auftreten stark auseinanderdriften. Da man sich auf kein Label einigen konnte, gingen sie ihren Arbeiten nun vollkommen getrennt nach. Sie sollten ein eigenständiges Logo wählen und die hinzukommenden Länder sollten entweder Max Havelaar oder Transfair beitreten. Sogar die Entwicklung eines Labels innerhalb der eigenen Organisation erwies sich als kompliziert. Die Importeur\*innen hatten Schwierigkeiten ihre Arbeit durchzuführen. Sie mussten nun während des maschinellen Verpackungsprozesses darauf achten, das richtige Logo zu verwenden, je nachdem für welche Organisation geliefert wurde. Es dauerte allerdings nicht lange bis die Probleme sich häuften und es deutlich wurde, dass man ein einheitliches System benötigte.<sup>33</sup>

1994 wurde schließlich eine Arbeitsgruppe gegründet, welche aus Mitgliedern Transfairs aus den Ländern Deutschland und Österreich und aus Mitgliedern Max Havelaars aus der Schweiz und Dänemark bestand. Diese Arbeitsgruppe diskutierte die unterschiedlichen Ideen und Vorstellungen der Organisationen auf Transmax-Versammlungen und nach drei Jahren einigte man sich 1997 auf kongruente Standards. Es wurde der Dachverband Fairtrade Labelling Organizations International, FLO

---

<sup>32</sup> vgl. Max Havelaar-Stiftung (Schweiz), i-gelb GmbH, 2019, URL<<https://www.maxhavelaar.ch/was-ist-fairtrade/max-havelaar/geschichte.html>>, [Zugriff: 01.02.2019]

<sup>33</sup> vgl. Dohmen, *Das Prinzip Fairtrade*, S. 83f.

gegründet. Anfangs hatte dieser seinen Sitz in Schorndorf in Deutschland, bis er noch im selben Jahr nach Bonn verlegt wurde. Unter dieser Organisation kamen alle Siegel von Max Havelaar und Transfair zusammen und auch die englische Fairtrade Foundation kam hinzu. Transfair wurde allerdings schließlich aufgelöst und Martin Kunz übernahm die Position des ersten Geschäftsführers der FLO. Er entschied sich jedoch bald diese Aufgabe wieder aufzugeben, um eigenständig weiter zu arbeiten. FLO arbeitete mit kongruenten Richtlinien, Zertifizierungs- und Kontrollsystemen. Es entstanden immer mehr vereinheitlichte Standards und es entwickelte sich ein Baukastensystem. Jeder geregelte Teil der Organisation trug zum großen Ganzen bei und entwickelte die Initiative weiter. Eine der großen Veränderungen war, dass die Produzent\*innen nun Gebühren für die Zertifizierung und Kontrolle durch die FLO zahlen mussten, welche pro Jahr bis zu mehreren tausend Euro sein konnten. Wenn diese Geldressourcen nicht vorhanden waren, konnten zweimal drei Viertel der Gebühr von einem Zertifizierungsfond der FLO angefordert werden. Wenn dieser Anspruch öfter ausgezahlt werden musste, als es der Organisation möglich war, wurden manche Produzent\*innen anderen vorgezogen. Wenn sie ihre Arbeit erst vor kurzem etabliert hatten, biologisch anbauten oder in besonders armen Ländern agierten, lag die Priorität bei ihnen. Eine weitere Veränderung brachte die zunehmende Einschränkung der Verwendungszwecke der Prämien, welche von der FLO ausgezahlt wurden. Die Produzent\*innen mussten sie jährlich ausgeben. Somit konnte zum Beispiel die Altersversorgung von Arbeiter\*innen nicht mehr gesichert werden, da die Prämien nicht angespart werden durften. 2001 waren schließlich alle Siegel unter einem Logo vereint, außer in den USA, die ihr eigenes beibehielten. 2004 wurde FLO in Fairtrade International und ihre Tochter Flocert aufgeteilt, um sicherzustellen, dass die Betreuung und Kontrolle der unterschiedlichen Kooperativen in den verschiedenen Ländern, nicht unter den Aufgabenbereich der selben Organisation fielen. Der Sitz der beiden Initiativen ist in Bonn und sie verfügen über Regionalbüros in den Ländern der Produzent\*innen. Wenn eine Kooperative den grundsätzlichen Standards entspricht, darf sie nicht abgewiesen werden. Fairtrade International und Flocert lassen sich auch



selbst von der nicht profitorientierten nationalen Akkreditierungsstelle der Bundesrepublik Deutschland, Dakks, kontrollieren.<sup>34</sup>

Nach einem langen Entwicklungsprozess, dessen Wurzeln bis in das 20. Jahrhundert zurückzuführen sind, manifestierte sich 2008 die World Fair Trade Organization, WFTO, die die verschiedenen Fair Trade Organisationen auch weitergehend kontrolliert.

Zuvor agierte die Initiative unter dem Namen FINE, die verschiedene fairtrade Organisationen umfasste, bis man 2008 die neue Bezeichnung wählte, um den globalen Wirkungsbereich der Organisation zu verdeutlichen.<sup>35</sup>

### 2.3. Ziele des Fairen Handels

Die ursprüngliche Idee, den Produzent\*innen einen fairen Preis für ihre Waren zu ermöglichen, mit der alles begonnen hat, bleibt weiterhin bestehen, doch mittlerweile haben sich die Ziele und Visionen des fairen Handels weiterentwickelt und seine Handlungsgebiete erweitert.

Es geht nun auch um die vielschichtige Gestaltung der Handelsbeziehungen zwischen dem Globalen Norden und dem Globalen Süden, der Arbeitsbedingungen und Rechte der Produzent\*innen und um den Schutz der Umwelt.<sup>36</sup> Vor allem die Möglichkeiten für Unabhängigkeit und Selbsterhaltung von Kleinbauern\*innen soll gefördert werden.<sup>37</sup> Außerdem soll die Vision des Fair Trade zu einer nachhaltigen Verringerung der Armut im Globalen Süden beitragen und der Kontakt zwischen dem Globalen Norden und den Ländern der Produzent\*innen soll auf Augenhöhe stattfinden und einer Partnerschaft entsprechen. Die Importorganisationen sollen dazu beitragen, dass Produzierende aus dem Globalen Süden in den Welthandel miteinbezogen werden können.<sup>38</sup>

M.S Lokesh, Leiter des Regionalbüros von FloCERT, definiert den fairen Handel durch sein Ziel, Situationen gänzlich zu erfassen. Als Beispiel führt er an, dass er im Zuge einer Kooperative auf einen vierzehnjährigen Jungen stieß, dessen Anstellung unter

---

<sup>34</sup> vgl. Dohmen, *Das Prinzip Fairtrade*, S. 84ff.

<sup>35</sup> vgl. World Fair Trade Organization, 2018b, URL<<https://wfto.com/about-us/history-wfto>>, [Zugriff: 01.02. 2019]

<sup>36</sup> vgl. von Hauff, Claus, *Fair Trade*, S. 93ff.

<sup>37</sup> vgl. von Hauff, Claus, *Fair Trade*, S. 88

<sup>38</sup> vgl. von Hauff, Claus, *Fair Trade*, S. 100f.

Kinderarbeit fiel. Nachdem er allerdings über die schwierige Situation seiner Familie in Kenntnis gesetzt worden war, die gänzlich vom Geldertrag des Jungen abhängig war, empfand er es als sinnvoller, ihn vorerst weiterarbeiten zu lassen. Demnach sollen die persönlichen Schicksale der Produzierenden im fairen Handel eine Rolle spielen und nicht nur die Einhaltung von Standards ausschlaggebend sein. Das Ziel ist eine kontinuierliche Verbesserung der Lage und auch Thomas Speck, der ehemalige Geschäftsführer der GEPA macht deutlich, dass es um positive, langsame Entwicklung von problematischen Situationen gehen soll, weshalb man den fairen Handel als Entwicklungsmodell verstehen kann. Durch dieses sollen kontinuierliche soziale, politische und wirtschaftliche Veränderungen eingeleitet werden.<sup>39</sup>

Mittlerweile stellt die WFTO eine Verbindung aller Initiativen des fairen Handels dar und setzt Standards, denen die Fair Trade Labels und Praktiken entsprechen müssen. Sie setzt sich für die Ziele des fairen Handels ein und 2010 hat sie ihre Vision und Mission zusammengefasst:

*“Vision: WFTO, the World Fair Trade organization, has a vision of a world in which trade structures and practices have been transformed to work in favour of the poor and promote sustainable development and justice.*

*“Mission: WFTO’s mission is to enable producers to improve their livelihoods and communities through Fair Trade. WFTO will be the global network and advocate for Fair Trade, ensuring producer voices are heard. The interests of producers, especially small farmers and artisans, should be the main focus in all the policies, governance, structures and decision-making within the WFTO.” (World Fair Trade Organization)<sup>40</sup>*

Die World Fair Trade Organization definiert Ten Principles of Fair Trade, die von allen ATOs eingehalten werden müssen und deren Einhaltung kontrolliert wird. Auf Basis dieser Prinzipien werden im Folgenden die Ziele des fairen Handels erläutert:

### *1. Creating Opportunities for Economically Disadvantaged Producers*

---

<sup>39</sup> vgl. Dohmen, *Das Prinzip Fairtrade*, S. 177f.

<sup>40</sup> World Fair Trade Organization, 2018b, URL<<https://wfto.com/about-us/history-wfto>>, [Zugriff: 01. 02. 2019]

Die verschiedenen Organisationen des fairen Handels wollen die Armut bekämpfen, indem sie kleine Unternehmen unterstützen, damit diese mehr Sicherheiten und Selbstständigkeit entwickeln können.

## 2. *Transparency and Accountability*

Eine ATO muss ihre Vorgänge, Organisationen und Beziehungen für alle einsehbar gestalten. Informationen müssen ihrer Sensibilität und Vertraulichkeit nach behandelt werden und Produzent\*innen und Kooperationen müssen in Vorgänge und Entscheidungen miteinbezogen werden. Sie müssen alle vorliegenden Informationen durch eine effiziente Kommunikation erhalten.

## 3. *Fair Trade Trading Practices*

Die Organisationen berücksichtigen die Bedingungen, unter denen ihre Kooperativen arbeiten. Bei Zahlungen an die Organisation im Voraus wird garantiert, dass diese an die Produzent\*innen weitergeleitet werden. Ziel ist die Verbesserung der Lebens- und Arbeitsbedingungen der Produzent\*innen und nicht der eigene Profit. Importorganisationen halten sich an vereinbarte Lieferzeiten und Qualität. Die Empfänger\*innen der Waren kommunizieren, wenn sie eine Bestellung widerrufen wollen und Lieferant\*innen geben Bescheid, wenn Schwierigkeiten in Bezug auf die Lieferung auftreten. Außerdem soll eine Art von Entschädigung entrichtet werden, wenn die Ware nicht den Ansprüchen entspricht. Das Ziel der Organisationen soll die Weiterentwicklung und Erweiterung des fairen Handels sein. Beziehungen sollen langfristig und auf gegenseitigem Respekt und Vertrauen aufgebaut werden. Der kulturelle Einfluss der Produzent\*innen auf ihre Produkte soll gefördert und bewahrt werden.

## 4. *Fair Payment*

Eine Bezahlung gilt nur dann als gerecht, wenn alle Betroffenen am Evaluationsprozess beteiligt waren und dem Ergebnis zugestimmt haben. Das Streben nach einer einheitlichen Auszahlung an Männer und Frauen muss berücksichtigt werden. Es soll zumindest ein lokales Existenzminimum gezahlt werden, das Bedürfnisse wie Nahrung, Wasser, Unterkunft, Bildung, Kleidung und Fortbewegung abdeckt.

## 5. *Ensuring no Child Labour and Forced Labour*

Die Organisationen sind der UN Convention on the Rights of the Child verpflichtet und dem lokalen beziehungsweise nationalen Gesetz in Bezug auf die Beschäftigung von Kindern. Wenn sie Fair Trade Produkte von Kooperativen erwerben, müssen sie dafür bürgen, dass die Vorgehensweisen während der Produktion mit diesen Gesetzen und Richtlinien übereinstimmen. Wenn Kinder im Arbeitsprozess beteiligt sind, muss dies überwacht und kontrolliert werden und das Wohl, die Sicherheit und Ausbildung des Kindes darf in keiner Hinsicht gefährdet oder beeinträchtigt werden.

6. *Commitment to Non Discrimination, Gender Equity and Women's Economic Empowerment and Freedom of Association*

Eine ATO muss sicherstellen, dass alle Beteiligten unabhängig von deren Herkunft, Rasse, sexueller Orientierung, Gender, politischer Zugehörigkeit, Beeinträchtigung etc. den gleichen Anspruch auf Möglichkeiten wie zum Beispiel Anstellung, Zugang zu Ausbildung und Pensionierung haben. Gendergleichheit soll gefördert werden und es soll Frauen möglich sein, uneingeschränkt und um den gleichen Gehalt wie ihre männlichen Kollegen am Arbeitsleben teilzunehmen. Weiters müssen die Rechte auf die Gründung von Gewerkschaften und das Durchführen von Tarifverhandlungen gesichert sein. Wenn diese durch Gesetze oder das politische Umfeld eingeschränkt werden, soll die Organisation diese Rechte für die Beschäftigten ermöglichen.

7. *Ensuring Good Working Conditions*

Die Organisation muss eine sichere und gesunde Arbeitsumgebung schaffen. Die Arbeitszeiten und -bedingungen decken sich mit den Vorgaben der nationalen und lokalen International Labour Organization, ILO, Konventionen. Außerdem sollen ATOs über die Arbeitsbedingungen der Organisationen von denen sie Waren erstehen Bescheid wissen und auf Themen in Bezug auf Gesundheit und Sicherheit aufmerksam machen.

8. *Providing Capacity Building*

Kleine Unternehmen beziehungsweise Produzent\*innen sollen unterstützt werden, wodurch deren Möglichkeiten und Produktionskapazitäten gesteigert werden.

9. *Promoting Fair Trade*

Eine Fair Trade Organisation soll den fairen Handel durch die Verdeutlichung seiner Ziele und der Notwendigkeit eines gerechteren Welthandelssystems fördern. Weiters

bietet sie Kund\*innen Informationen über sich selbst, die angebotenen Produkte und alle am Prozess Beteiligten an. Es wird auf ehrliche Werbe- und Marketingtechniken Wert gelegt.

#### *10. Respect for the Environment*

Fairtrade Organisationen nehmen Materialien von nachhaltigen Quellen in ihrer Umgebung in Anspruch und kaufen, wenn möglich, lokale Produkte. Ein weiterer Schwerpunkt liegt darauf, Energie zu sparen und erneuerbare Energien zu verwenden. Es soll so wenig Abfall wie möglich anfallen und Produkte sollen organisch oder unter geringem Einsatz von Pestiziden hergestellt werden.

Die verschiedenen Siegel des fairen Handels sollen dafür bürgen, dass die Vision und Mission des Fair Trade in die Tat umgesetzt und die Ten Principles of Fair Trade eingehalten werden.<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup> World Fair Trade Organization, 2018d, URL<<https://wfto.com/fair-trade/10-principles-fair-trade>>, [Zugriff: 01. 02. 2019]

### 3. Die Auswirkungen des Fairen Handels

Der faire Handel nimmt auf unterschiedlichen Ebenen Einfluss auf den Globalen Süden, in dessen Ländern ihre Kooperativen produzieren. Michael von Hauff und Katja Claus unterscheiden in ihrem Buch *Fair Trade* zwischen ökonomischen, sozialen und ökologischen Auswirkungen, die die durch den fairen Handel initiierten Veränderungen und Bestrebungen im Globalen Süden beschreiben.<sup>42</sup> Im folgenden Kapitel werden vorrangig die positiven Auswirkungen des fairen Handels beleuchtet, da eine genaue Betrachtung der Nachteile und der Kritik am Fair Trade Konzept, in einem späteren Kapitel folgt.

#### 3.1. Ökonomische Wirkungen

Die ökonomischen Auswirkungen des fairen Handels weisen verschiedene Aspekte auf. Zum Beispiel wird den Produzent\*innen, die in Fair Trade Programme miteinbezogen sind, der Marktzugang durch Vorfinanzierungen und der Zugang zu Informationen ermöglicht. Der faire Handel unterstützt seine Kooperativen beim Eintritt in den Markt und ermöglicht ihnen den Kontakt zu neuen Fair Trade Handelsorganisationen. Außerdem führen höhere Löhne und zusätzliche Prämien zu einem Einkommen über dem Existenzminimum. Weiters sichern langfristige Handelsbeziehungen eine zunehmende Planungssicherheit und es können Investitionen zur Produktivitätssteigerung vorgenommen werden.<sup>43</sup>

Ein Beispiel dafür stellt die Finanzierung von Maschinen und Geräten und anderen Verbesserungen an Arbeitsumgebungen und Organisationen dar.<sup>44</sup>

#### 3.2. Soziale Wirkungen

Durch den fairen Handel wird Produzent\*innen ein höheres Gehalt und ein gesichertes Einkommen ermöglicht. Außerdem werden die hinzukommenden fairtrade Aufschläge

---

<sup>42</sup> vgl. von Hauff, Claus, *Fair Trade*, S. 157ff.

<sup>43</sup> vgl. ebd, S. 157f.

<sup>44</sup> vgl. ebd, S. 164.

im besten Fall für gemeinnützige Projekte verwendet, wie zum Beispiel die Verbesserung von Infrastruktur, Aufbau von Schulen oder Gesundheitszentren.

Fair Trade hat zum Ziel, die Abhängigkeit der Produzierenden von Zwischenhändler\*innen zu eliminieren. Der ganze Gewinn soll an die Hersteller\*innen ausgestellt werden und nicht teilweise an die Zwischenhändler\*innen. Diese Idee ist jedoch nicht vollständig umsetzbar, da sich auch der faire Handel auf Importorganisationen, Exporteur\*innen und Unternehmen stützt, damit das System effektiv funktionieren kann. Eine weitere soziale Wirkung von Fair Trade stellt die unabdingliche Einhaltung der Kernarbeitsnormen der International Labour Organization, ILO, dar. Das betrifft zum Beispiel die Reduzierung von Kinderarbeit.<sup>45</sup>

Wie das sechste Principle of Fair Trade der WFTO aufweist, ist es Fair Trade ein Anliegen, Frauen stärker in die Vorgänge miteinzubeziehen und ihre Position zu stärken.<sup>46</sup>

Dies ist zum Beispiel in Bezug auf manche gemeinschaftlichen Komitees gelungen, die mittlerweile Frauen miteinschließen. Somit können sie aktiv an den Diskussionen teilnehmen und an Entscheidungen mitwirken.<sup>47</sup>

Zusätzlich wurden Projekte ins Leben gerufen, die sich darauf konzentrieren Handelsbeziehungen mit Frauen zu fördern. Dies passiert im Rahmen von Schulungen und Trainingsmaßnahmen, welche den Frauen wiederum zu einer besseren Informationsversorgung über die Produktionsprozesse und auch über ihre Möglichkeiten innerhalb einer Organisation verhelfen.<sup>48</sup>

Weiters spielt die Unterstützung der Produzent\*innen vor Ort eine große Rolle. Fairtrade-Organisationen ermöglichen diese zum Beispiel durch sogenannte Liaison Officers. Die Liaison Officers agieren in verschiedenen Produzent\*innenländern und sind Expert\*innen in Bezug auf fairtrade Standards und Zertifizierungsprozesse. Es ist ihre Aufgabe die Produzierenden zu beraten und Trainingsprogramme und Informationen in Bezug auf die fairtrade Standards bereitzustellen. Außerdem sollen sie neue

---

<sup>45</sup> vgl. von Hauff, Claus, *Fair Trade*, S. 166.

<sup>46</sup> World Fair Trade Organization, 2018d, URL<<https://wfto.com/fair-trade/10-principles-fair-trade>>, [Zugriff: 01. 02. 2019]

<sup>47</sup> vgl. Lyall, *Assessing the Impact of Fairtrade on Worker-Defined Forms of Empowerment on Ecuadorian Flower Plantations. Final Report*, 2014, URL<[www.maxhavelaar.ch/fileadmin/CH/Was\\_ist\\_Fairtrade\\_/Wirkungsstudien/2014\\_Lyall\\_Flowers\\_Ecuador.pdf](http://www.maxhavelaar.ch/fileadmin/CH/Was_ist_Fairtrade_/Wirkungsstudien/2014_Lyall_Flowers_Ecuador.pdf)>, [Zugriff: 01.02.2019], S. 50

<sup>48</sup>vgl. von Hauff, Claus, *Fair Trade*, S. 168.

Kooperativen in das Fair Trade Konzept einführen, die Vernetzung mit Unterstützungsagenturen stärken und Fairtrade auf Konferenzen und Workshops in den Produzent\*innenländern vertreten.<sup>49</sup>

Grundsätzlich nehmen Weiterbildungsprogramme eine wichtige Stellung im Fair Trade System ein. Abgesehen von Einführungen in das fairtrade Konzept handelt es sich hierbei auch um arbeitsverbundene Themen, wie zum Beispiel die Verwendung von Chemikalien, Feuer und Sicherheit, organisatorische Fähigkeiten, Gesundheit oder auch Alphabetisierungskurse oder Fahrtrainings.<sup>50</sup>

Die Weiterbildungsprogramme ermöglichen eine Verbesserung der Produktivität und die Produzierenden können neues Wissen und Fähigkeiten erlernen und auch Selbstvertrauen und Selbstverantwortung gewinnen. Außerdem wird den Arbeiter\*innen dadurch ermöglicht ihre Gemeinde und ihren Arbeitsplatz mitzugestalten.<sup>51</sup>

Allerdings weist die CEval Fairtrade impact Study *Assessing the Impact of Fairtrade on Poverty Reduction through Rural Development* auch darauf hin, dass Weiterbildungsprogramme aufgrund des oft nur geringen Bildungsniveaus in Ländern des Globalen Südens, schwer umsetzbar sind. Zusätzlich sind die Gemeinden der Produzierenden oft verstreut und es liegt nur ein schlechtes öffentliches Verkehrsnetz vor, das den Transport und grundlegende Vernetzungen erschwert.<sup>52</sup>

Weiters wird angeführt, dass unter Umständen ein Teil der Weiterbildungsangebote durch Prämienfelder bezahlt wird, den Rest jedoch die Produzent\*innen selbst bezahlen müssen, was dazu führen kann, dass nur Arbeiter\*innen mit entsprechenden Geldressourcen von den Angeboten profitieren können.<sup>53</sup>

---

<sup>49</sup> vgl. Fairtrade Labelling Organization International, e.V, Liaison Officers, 2018, URL<<https://www.fairtrade.net/producers/support-for-producers/liaison-officers.html>>, [Zugriff: 01.02.2019]

<sup>50</sup> vgl. CEval Fairtrade Impact Study, 2012, URL<[https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/DE/mediathek/pdf/fairtrade\\_impact\\_study\\_evaluation\\_report\\_en.pdf](https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/DE/mediathek/pdf/fairtrade_impact_study_evaluation_report_en.pdf)>, [Zugriff: 01.02.2019], S. 45f.

<sup>51</sup> vgl. von Hauff, Claus, *Fair Trade*, S. 170.

<sup>52</sup> vgl. CEval Fairtrade Impact Study, 2012, URL<[https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/DE/mediathek/pdf/fairtrade\\_impact\\_study\\_evaluation\\_report\\_en.pdf](https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/DE/mediathek/pdf/fairtrade_impact_study_evaluation_report_en.pdf)>, [Zugriff: 01.02.2019], S. 48f.

<sup>53</sup> vgl. CEval Fairtrade Impact Study, 2012, URL<[https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/DE/mediathek/pdf/fairtrade\\_impact\\_study\\_evaluation\\_report\\_en.pdf](https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/DE/mediathek/pdf/fairtrade_impact_study_evaluation_report_en.pdf)>, [Zugriff: 01.02.2019], S. 45.



Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Trainingsmaßnahmen ein essentieller Teil des fairtrade Systems und dessen sozialen Auswirkungen darstellen, jedoch noch keinen vereinheitlichten Standards zu folgen scheinen und in manchen Bereichen noch nicht optimal umgesetzt werden.

### 3.3. Ökologische Wirkungen

Die Umwelt hat sich zu einem zentralen Thema des fairen Handels entwickelt. Das Interesse der Konsument\*innen an umweltschonenden, nachhaltigen und umweltverträglichen Produktionsprozessen und Produkten ist gestiegen. Fair Trade unterstützt diesen Vorgang durch unterschiedliche Aktionen im Rahmen ihrer Kooperativen. Zum Beispiel werden die Produzierenden dazu ermutigt, auf einen ökologischen Landbau umzusteigen und auch bei den Umstellungen unterstützt. Im Zuge dessen kommt es zu einer Informationsweitergabe an die Produzent\*innen insbesondere über Düngung, die Verwendung von Pestiziden und anderen umweltschädlichen Düngemitteln.<sup>54</sup>

Eine Studie von BSD, business, sustainability, development, consulting weist die ökologischen Auswirkungen des fairen Handels am Beispiel von Orangenplantagen in Brasilien auf. Die Produzent\*innen berichten von einer Verbesserung der Umwelt aufgrund der gesunkenen Verwendung von Pestiziden. Weiters gaben Produzierende an, dass der Einsatz von Pestiziden, aufgrund des Strebens nach Einhaltung der Fair Trade Standards verringert wurde. Die Verbesserung der Umwelt wurde vor allem von einer strengen Umweltgesetzgebung in Brasilien initiiert, allerdings durch starken Einsatz und Kontrolle der Fair Trade Kooperativen beschleunigt. Außerdem erwähnen Bäuer\*innen, dass oftmals der Fairtrade Zertifizierungsprozess ein Anreiz für echte Veränderungen und Initiativen ist. Lokale landwirtschaftliche Interessensvertreter\*innen bestätigen, dass Fair Trade Gruppen ein großes Bewusstsein

---

<sup>54</sup> vgl. von Hauff, Claus, *Fair Trade*, S. 172.

für Umweltmanagementpraktiken mit sich bringen und oft ein positives Beispiel für ihre nahe Umgebung darstellen.<sup>55</sup>

---

<sup>55</sup>vgl. BSD consulting, *Assesing the Benefits of Fairtrade Orange Juice for Brazilian Small Farmers*, 2014, URL<[https://www.standardsimpacts.org/sites/default/files/Assessing\\_the\\_benefits\\_of\\_Fairtrade\\_Orange\\_Juice.pdf](https://www.standardsimpacts.org/sites/default/files/Assessing_the_benefits_of_Fairtrade_Orange_Juice.pdf)>, [Zugriff: 01.02.2019], S. 50

## **4. Ausblick des Fairen Handels**

Neben der Frage nach Entwicklung und Auswirkungen des fairen Handels kommen noch die Kritik und die Zukunft des Fair Trade Konzeptes hinzu. In welchen Aspekten wird das System kritisiert beziehungsweise in Frage gestellt und welche Rolle wird der faire Handel in der Zukunft einnehmen. Im Folgenden wird zuerst auf die Kritik am Fair Trade Konzept eingegangen und danach seine zukünftigen Entwicklungschancen beziehungsweise Wirkungsbereiche erläutert.

### **4.1. Kritik**

Die Ziele und Ideen des fairen Handels sind oftmals in der Praxis nicht so leicht umzusetzen. Beispielweise entwickelt sich die Insider-Outsider-Problematik, die vor allem in Zusammenhang mit der Arbeitsmarkttheorie auftritt. Nur ein Teil der Produzierenden ist im System inbegriffen, was zur Folge hat, dass Vorteile für die Insider, also in diesem Fall für jene, die Verbindungen zu Fair Trade Organisationen haben, gegenüber den Outsidern, jene die über solche Partnerschaften nicht verfügen, entstehen. Da das Integrieren von Outsidern mit zusätzlichen Kosten und zusätzlichem Aufwand verbunden ist, sinkt die Wahrscheinlichkeit, dass neue Kooperativen gegründet werden. Das führt zu der Frage, ob Fair Trade Organisationen ihre Partner\*innen regelmäßig wechseln sollten. Allerdings wirft das Fair Trade System auch bei bestehenden Kooperativen und Partnerschaften kontroverse Themen auf. Zum Beispiel wird die Absicherung von Kooperativen durch das Fair Trade Konzept unter Umständen auch als problematisch empfunden. Die Bereitschaft zur Eigeninitiative könnte dadurch sinken und nicht in allen Fällen können die Fair Trade Prämien für fördernde Investitionen verwendet werden. Der Grund dafür sind die oftmals geringen finanziellen Mittel der betroffenen Produzent\*innen, weshalb diese die Prämien benutzen, um ihre Grundbedürfnisse abzudecken. Weiters wird vermerkt, dass trotz dem Fair Trade Bestreben den Zwischenhandel zu verringern, eine Abhängigkeit der Produzent\*innen entsteht. Sie sind nun von den Fair Trade Handelsorganisationen abhängig, da eine große Wahrscheinlichkeit besteht, dass den Kooperativen kaum

Alternativen in Aussicht stehen, wenn sich die Partnerschaft mit der Fair Trade Initiative auflösen sollte.<sup>56</sup>

Auch der höhere Lohn für Produzent\*innen weist Schattenseiten auf. Aufgrund des durch Fair Trade festgelegten Mindestpreises, sind dessen Kooperativen nicht gezwungen auf die auftretenden Verhältnisse zwischen Angebot und Nachfrage zu reagieren. In der herkömmlichen Marktwirtschaft müssen stets neue Preise evaluiert werden, um nicht aus dem Markt auszuschneiden. Fair Trade Kooperativen werden also demnach nicht auf die konventionellen Märkte vorbereitet.<sup>57</sup>

Außerdem kann der höhere Preis von fair gehandelten Produkten auch für persönlichen Profit missbraucht werden, indem die Margen für diese Waren hoch veranschlagt werden, weil Anbieter\*innen wissen, dass Konsument\*innen bereit sind mehr für nachhaltige und faire Produkte zu zahlen und sich nur selten erkundigen, welcher Teil des Preises an die Produzierenden geht.<sup>58</sup>

Zusätzlich gestalten sich die Maßnahmen gegen Kinderarbeit als schwierig, weil Familien oft vom Einkommen ihrer Kinder abhängig sind.<sup>59</sup>

Außerdem wird in Bezug auf Frauenrechte und Gleichberechtigung deutlich, dass im Fair Trade Konzept noch ein großer Handlungsbedarf vorliegt. Der Handlungsspielraum wird teilweise durch den kulturellen Kontext der Produzent\*innenländer beeinträchtigt. Durch diesen kann es zum Beispiel möglich sein, dass Frauen und Männer nicht am selben Arbeitsplatz tätig sein können. Darauf wird mit Produktionszentren speziell für Frauen reagiert. Doch es ist schwer, vorliegende Geschlechterrollen tatsächlich zu beeinflussen. In Folge kommt es unter Umständen zu einer Mehrbelastung von Frauen, da sie weiterhin in der Rolle der Hausfrau verbleiben und sich um die Kinder kümmern müssen, allerdings gleichzeitig einer Arbeit nachgehen. Weiters liegt auch in vielen Fällen eine Ungleichheit in Bezug auf Löhne vor, die jedoch oftmals auch auftritt, weil Frauen und Männer unterschiedlichen Arbeiten nachgehen.<sup>60</sup>

Frauen benötigen noch zunehmende Förderungen und Unterstützung und auch der Sicherheitsaspekt weist Mängel auf. Eine CEval Studie berichtet, dass zum Beispiel auf

---

<sup>56</sup> vgl. von Hauff, Claus, *Fair Trade*, S. 159ff.

<sup>57</sup> vgl. ebd, S. 163f.

<sup>58</sup> vgl. ebd, S. 165.

<sup>59</sup> vgl. ebd, S. 171.

<sup>60</sup> vgl. ebd, S. 167f.

Teeplantagen in Indien, Frauen sexuelle Belästigungen erfuhr, kein Gender oder Womens committee vorlag und es oftmals von den Betroffenen nicht als notwendig erachtet worden war, die Übergriffe zu melden, selbst wenn ein Komitee etabliert gewesen wäre.<sup>61</sup>

Außerdem wurde festgestellt, dass Frauen in den meisten Kooperativen noch eine geringere Rolle als ihre männlichen Kollegen einnehmen.<sup>62</sup>

Zuletzt sollte die angestrebte Gendergerechtigkeit in allen Fällen nicht nur Frauen, sondern auch Männer miteinbeziehen.<sup>63</sup>

In manchen Bereichen liegt noch keine ausreichende Informationsweitergabe in Bezug auf das Fair Trade Konzept an Produzent\*innen vor. Sie verbinden den fairen Handel mit einem höheren Gehalt, doch ein breiteres Verständnis des Fair Trade Konzeptes wurde nicht ermöglicht.<sup>64</sup>

Da die Partizipation von Produzent\*innenorganisationen auf freiwilliger Basis stattfindet, betreffen die Förderungsprogramme möglicherweise nicht zwingend diejenigen, die sie am nötigsten hätten. Denn den finanziell am wenigsten abgesicherten Menschen fehlen Produktionsfaktoren, wie zum Beispiel Land, weshalb sie am fairen Handel nicht Teil haben können.<sup>65</sup>

Auch durch die Medien wurden in den letzten Jahren Defizite des fairen Handels aufgedeckt und kritisiert. 2013 berichtete der Fernsehsender Arte in einer Dokumentation, dass Wanderarbeiter\*innen nicht im Fair Trade Konzept mitinbegriffen waren und deren Rechte auch in Fair Trade Kooperativen verletzt wurden. Die Initiative gestand damals, dass nicht genug unternommen worden war, um die Betroffenen zu unterstützen. 2014 folgte eine Studie der Universität London, in der festgehalten wurde, dass Hilfsarbeiter\*innen in manchen Fällen auf herkömmlichen Plantagen unter besseren Bedingungen arbeiteten als auf jenen, die von Fair Trade geleitet wurden. Die Schlussfolgerung war, dass der faire Handel seinen Zielen nicht gerecht wird. Der faire

---

<sup>61</sup> vgl. CEval Fairtrade Impact Study, 2012, URL<[https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/DE/mediathek/pdf/fairtrade\\_impact\\_study\\_evaluation\\_report\\_en.pdf](https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/DE/mediathek/pdf/fairtrade_impact_study_evaluation_report_en.pdf)>, [Zugriff: 01.02.2019], S. 28.

<sup>62</sup> vgl. von Hauff, Claus, *Fair Trade*, S. 167.

<sup>63</sup> vgl. CEval Fairtrade Impact Study, 2012, URL<[https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/DE/mediathek/pdf/fairtrade\\_impact\\_study\\_evaluation\\_report\\_en.pdf](https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/DE/mediathek/pdf/fairtrade_impact_study_evaluation_report_en.pdf)>, [Zugriff: 01.02.2019], S. 34

<sup>64</sup> vgl. von Hauff, Claus, *Fair Trade*, S. 168f.

<sup>65</sup> vgl. ebd, S. 171.

Handel widersprach dem durch andere, positive Beispiele und stellte, in manchen Fällen gerechtfertigt, die Methoden der Recherchierenden in Frage. Teils wurde auch behauptet, dass der faire Handel bereits zu sehr von der Wirtschaft eingenommen worden ist, was auch von Zeitungen, wie dem Spiegel und der Zeit behandelt wurde. Das führte allerdings auch dazu, dass sich der faire Handel mittlerweile stärker auf seine Auswirkungen und den Arbeitsprozess in den Produzent\*innenländern konzentriert.<sup>66</sup>

## 4.2. Die Zukunft des Fairen Handels

Es zeigt sich, dass das Fair Trade Konzept sowohl Erfolge als auch Lücken bis hin zu Fehlern zu verzeichnen hat. Auf Basis dieser Ereignisse muss entschieden werden, wie die Zukunft dieses Konzeptes gestaltet werden soll. Im folgenden Kapitel wird die Zukunft des Fair Trade Konzeptes anhand des Annual Reports 2016-2017 von Fairtrade International und einem Interview der Zeitschrift Südwind mit dem Chef von Fairtrade International, Darío Soto Abril, umrissen.

Im Annual Report 2016-2017 wird die Vision von Fairtrade International folgendermaßen zusammengefasst:

*A world in which all producers can enjoy secure and sustainable livelihoods, fulfil their potential and decide on their future. (Annual Report 2016-2017)<sup>67</sup>*

Die Strategie für 2016 bis 2020, Changing Trade, Changing Lives, soll sowohl die Auswirkungen auf Produzierende, als auch die Befürwortung von Gerechtigkeit und Fairness im Handel verstärken. Sie soll dazu führen, dass der faire Handel einen Beitrag zu aktuellen globalen Entwicklungen und zur Lösung schwerer Problematiken des Handels leisten kann.<sup>68</sup> Die Strategie ist eng verbunden mit 8 der 17 UN Sustainable Development Goals, SDG, bei denen man den fairen Handel als bedeutenden Faktor erkennen konnte. Im Vordergrund steht die Stärkung von Landwirt\*innen und Arbeiter\*innen.<sup>69</sup>

---

<sup>66</sup> vgl. Dohmen, *Das Prinzip Fairtrade*, S. 209ff.

<sup>67</sup> Fairtrade International, About Fairtrade, 2017, URL<<https://annualreport16-17.fairtrade.net/en/about-fairtrade/>>, [Zugriff: 01.02.2019]

<sup>68</sup> vgl. Fairtrade International, 2017, URL<<https://annualreport16-17.fairtrade.net/en/about-fairtrade/>>, [Zugriff: 01.02.2019]

<sup>69</sup> vgl. Fairtrade International, Fairtrade Global Strategy, Jänner 2016, *Changing Trade, Changing Lives 2016-2017*, S. 2f.,

Darío Soto Abril, Vorstand von Fair Trade International, ist seit 2017 Harriet Lambs Nachfolger. Als Kolumbianer ist er der erste Vorstand der Organisation, der aus dem Globalen Süden stammt. Der CEO beurteilt dies in seinem Interview mit Richard Solder im Südwind Magazin im November 2018, selbst als bedeutende Botschaft, da es Fairtrade weniger eurozentrisch gestaltet. Außerdem wird in dem Interview durch Abril bestätigt, dass Kleinbäuer\*innen wieder mehr im Vordergrund stehen sollen. Zusätzlich sollen mehr Partnerschaften entstehen. Hierbei, so Abril, soll es sich vor allem um große Produzent\*innen beziehungsweise Lebensmittelkonzerne handeln. Das Ziel sind zunehmende Möglichkeiten für Bäuer\*innen, mehr fairtrade Waren verkaufen zu können. Abril betont, dass sowohl Kleinbäuer\*innen, als auch Konzernchef\*innen für das fairtrade System ausschlaggebend sind. Weiters sind die Auswirkungen von Fair Trade auf Produzierende des Globalen Südens essentiell. Zum Beispiel weist eine CEval Studie auf, dass viele Ziele noch nicht erreicht sind. Doch Abril sagt, dass die Verstärkung der Auswirkungen momentan einen wichtigen Teil der Strategie darstellt. Abgesehen davon geht es auch um existenzsichernde Löhne, die Fairtrade die ganze Produktionskette betreffend ermöglichen will. Der CEO von Fairtrade International hebt hervor, dass er aufgrund seiner Herkunft die Aussichten und Einstellungen der Kleinproduzent\*innen gut kennt. Weiters sollen Produkte vermehrt in Produzent\*innenländern verkauft werden. Auch wenn sich der Umsatz im Globalen Süden schwerer gestaltet, bleibt er für Abril ein wichtiger Punkt der Strategie.<sup>70</sup>

---

URL<[https://www.fairtrade.net/fileadmin/user\\_upload/content/2009/about\\_fairtrade/documents/2016-Fairtrade-Global-Strategy-web.pdf](https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/about_fairtrade/documents/2016-Fairtrade-Global-Strategy-web.pdf)>, [Zugriff: 01.02.2019]

<sup>70</sup> vgl. Solder, *Zurück in die Zukunft*. In: Südwind Magazin, S. 24.

## 5. Fazit

Das Konzept des fairen Handels entwickelte sich aus dem persönlichen Engagement von Einzelpersonen, die durch persönliche Erfahrungen dazu veranlasst wurden, sich für gerechtere Löhne und Arbeitsbedingungen für Produzent\*innen einzusetzen. Vor allem die Entwicklung der Weltläden war stark durch solches Engagement geprägt und in Europa übernahm die niederländische Organisation S.O.S eine Schlüsselfunktion in Bezug auf erste Importe, bevor selbstständige Importorganisationen entstanden.

Hinzu kam die Entstehung von kongruenten Standards und einem gemeinsamen Siegel. 1997 einigte man sich auf einen Zusammenschluss unter dem Namen Fairtrade Labelling Organization. 2004 folgte eine Trennung der FLO in Fairtrade International und ihre Tochtergesellschaft Flocert. Zuletzt entstand 2008 die WFTO.

Als Ziele des Fair Trade Konzepts wurden im Laufe der Arbeit, vor allem Themen wie Verbesserung der Arbeitsbedingungen, zunehmende Ermächtigung von Produzent\*innen und die grundsätzliche Gewährleistung der Einhaltung der Menschenrechte in Bezug auf alle am Prozess beteiligten Personen deutlich.

Die Auswirkungen des fairen Handels lassen sich in ökonomische, soziale und ökologische Auswirkungen gliedern. Hierbei werden Erfolge in Bereichen, wie zum Beispiel finanzielle Unterstützung der Kooperativen im Globalen Süden, bessere Löhne und Arbeitsbedingungen, Förderung von Frauen und Verringerung des Einsatzes von Pestiziden im Zuge der Produktion, angeführt.

Zuletzt wird die Kritik am Fair Trade System anhand von verschiedenen Aspekten aufgewiesen. Es wird deutlich, dass der faire Handel noch nicht in allen Bereichen seinen eigenen Maßstäben gerecht wird und Handlungsbedarf besteht.

In Bezug auf die Zukunft des Konzeptes hebt Darío Soto Abril, der CEO von Fairtrade International hervor, dass man sich in Zukunft stärker auf Kleinbäuer\*innen konzentrieren wird. Außerdem sollen neue Partnerschaften entstehen, auch mit großen Konzernen. In Zukunft soll mehr Aufmerksamkeit auf die Auswirkungen des fairen Handels gelegt werden. Die Fair Trade Strategie für 2016 bis 2020, Changing Trade, Changing Lives, steht in enger Verbindung mit 8 der 17 SDG und der faire Handel soll dazu beitragen eine Welt zu schaffen „*in which all producers can enjoy secure and sustainable livelihoods, fulfil their potential and decide on their future*“.



## Literaturverzeichnis

### 1. Printmedien

**Dohmen, Caspar:** Das Prinzip Fairtrade. Vom Weltladen in den Supermarkt. 1. Auflage. Berlin: orange-press, 2017.

**Granville, Brigitte und Dine, Janet:** The Processes and Practices of Fair Trade. Trust, ethics and governance. 1. Ausgabe. Vereinigtes Königreich: Routledge, 2014.

**Quaas, Ruben:** Fair Trade. Eine global-lokale Geschichte am Beispiel des Kaffees. 1. Auflage. Köln: Böhlau Verlag, 2015.

**Solder, Richard:** Zurück in die Zukunft. In: Südwindmagazin. November 2018, Nr. 11-12, S. 24.

**von Hauff, Michael und Claus, Katja:** Fair Trade. Studienausgabe. 3. Auflage. Deutschland: UVK Verlagsgesellschaft mbH, 2018.

### 2. Online zur Verfügung gestellte Quellen

#### 2.1. PDF

**Bäthge, Sandra:** Verändert der Faire Handel die Gesellschaft?. Saarbrücken: 24. November 2016. [http://www.ceval.de/modx/uploads/pdf/161124\\_A\\_Trend-und%20Wirkungsstudie\\_Ver%C3%A4ndert%20der%20Faire%20Handel%20die%20Gesellschaft.pdf](http://www.ceval.de/modx/uploads/pdf/161124_A_Trend-und%20Wirkungsstudie_Ver%C3%A4ndert%20der%20Faire%20Handel%20die%20Gesellschaft.pdf) [Zugriff: 01. 02. 2019].

**BSD Consulting:** Assessing the Benefits of Fairtrade Orange Juice for Brazilian Small Farmers. Brasilien: April 2014. [https://www.standardsimpacts.org/sites/default/files/Assessing\\_the\\_benefits\\_of\\_Fair\\_trade\\_Orange\\_Juice.pdf](https://www.standardsimpacts.org/sites/default/files/Assessing_the_benefits_of_Fair_trade_Orange_Juice.pdf) [Zugriff: 01. 02. 2019].

**Center for Evaluation, CEval:** Assessing the Impact of Fairtrade on Poverty Reduction through Rural Development. Final Report Fairtrade Impact Study. Saarbrücken: 15. 07. 2012. [https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/DE/mediathek/pdf/fairtrade\\_impact\\_study\\_evaluation\\_report\\_en.pdf](https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/DE/mediathek/pdf/fairtrade_impact_study_evaluation_report_en.pdf) [Zugriff: 01. 02. 2019].

**Fairtrade International:** Changing Trade, Changing Lives 2016-2020. Fairtrade Global Strategy. Deutschland: Jänner 2016.

[https://www.fairtrade.net/fileadmin/user\\_upload/content/2009/about\\_fairtrade/documents/2016-Fairtrade-Global-Strategy-web.pdf](https://www.fairtrade.net/fileadmin/user_upload/content/2009/about_fairtrade/documents/2016-Fairtrade-Global-Strategy-web.pdf) [Zugriff: 01. 02. 2019]

**Lyall, Angus:** Assessing the Impact of Fairtrade on Worker-Defined Forms of Empowerment on Ecuadorian Flower Plantations. Final Report. Schweiz: Jänner 2014.

[https://www.maxhavelaar.ch/fileadmin/CH/Was\\_ist\\_Fairtrade\\_/Wirkungsstudien/2014\\_Lyall\\_Flowers\\_Ecuador.pdf](https://www.maxhavelaar.ch/fileadmin/CH/Was_ist_Fairtrade_/Wirkungsstudien/2014_Lyall_Flowers_Ecuador.pdf) [Zugriff: 01. 02. 2019].

## 2.2. Websites

**Arge Weltläden:** Fair gehandelte Produkte der Weltläden. 2019a.

<https://www.weltladen.at/produkte/> [Zugriff: 01. 02. 2019].

**Arge Weltläden:** Weltläden: Bewegen und Fairändern. 2019b.

<https://www.weltladen.at/weltlaeden/> [Zugriff: 01. 02. 2019].

**Fairtrade International:** About Fairtrade. 2017. <https://annualreport16-17.fairtrade.net/en/about-fairtrade/> [Zugriff: 01. 02. 2019].

**Fairtrade Labelling Organization International, e.V.:** Liaison officers. 2018.

<https://www.fairtrade.net/producers/support-for-producers/liaison-officers.html> [Zugriff: 01. 02. 2019].

**Max Havelaar Foundation:** Who we are. 2017. [http://maxhavelaar.nl/wie\\_zijn\\_wij](http://maxhavelaar.nl/wie_zijn_wij) [Zugriff: 01. 02. 2019].

**Max Havelaar-Stiftung (Schweiz):** Wie alles begann. Die Geschichte der Max Havelaar-Stiftung (Schweiz). 2019. <https://www.maxhavelaar.ch/was-ist-fairtrade/max-havelaar/geschichte.html> [Zugriff: 01. 02. 2019].

**World Fair Trade Organization:** Definition of Fair Trade. 2018a. <https://wfto.com/fair-trade/definition-fair-trade> [Zugriff: 01. 02. 2019].

**World Fair Trade Organization:** History of WFTO. 2018b. <https://wfto.com/about-us/history-wfto> [Zugriff: 01. 02. 2019].

**World Fair Trade Organization:** What We Do. 2018c. <https://wfto.com/about-us/what-we-do> [Zugriff: 01. 02. 2019].

**World Fair Trade Organization:** 10 Principles of Fair Trade. 2018d.

<https://wfto.com/fair-trade/10-principles-fair-trade> [Zugriff: 01. 02. 2019].

### Selbstständigkeitserklärung

„Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig verfasst habe und nur die ausgewiesenen Hilfsmittel verwendet habe. Diese Arbeit wurde weder an anderer Stelle eingereicht noch von anderen Personen vorgelegt.“

\_\_\_\_\_ Wiener Neustadt, 14.02.2019

Unterschrift    Ort und Datum