

5. Literaturverzeichnis

- 1 Arbeitsgemeinschaft der evangelischen Jugend in der Bundesrepublik Deutschland e.V. (aej): Der Krise zum Trotz. Fairer Handel auf dem Vormarsch, doch Rohstoff-Spekulationen gefährden den Erfolg. In: WELTHANDEL, Ausgabe 09/2012, S. 1f.
- 2 Bowen, B.: Let's go fair. In: EFTA (Hrsg.), Fair Trade Jahrbuch 2001, Belgien 2001, S. 22-44 Nach: 15
- 3 Deutscher Bundestag Referat Öffentlichkeitsarbeit: Fragen an die deutsche Geschichte. Ideen, Kräfte, Entscheidungen Von 1800 bis zur Gegenwart, Bonn 1990
- 4 GEPA: Beste Kakaobohnen. In: GEPA Flyer: Schokolade. Genuss pur-fair gehandelt, 5/2012, o.S.
- 5 Grüninger, Beat/Held, Mirjam/Teuscher, Peter: Fairer Handel. Sensibilisierung für Nachhaltigkeit und Konsum, Bern 2009
- 6 Hahn, Martina/Herrmann, Frank: Fair einkaufen-aber wie?. Der Ratgeber für Fairen Handel, für Mode, Geld, Reisen und Genuss, Frankfurt am Main 2012
- 7 Jakobsen, Ove D./Ims, Knut J.: The Fair Trade Production. In: Antonio Tencati: The collaborative Enterprise. Creating Values for a sustainable world, Bern 2010, S. 163-182
- 8 Künne-Schubert, Dana: Vortrag beim Vorbereitungs-Workshop für das FAIRkauf Ladencafé, 23.11.2012
- 9 Murray, D./Raynolds, L.T./Taylor P.L.: One Cup at a Time: Poverty Alleviation and Fair Trade Coffee in Latin America. In: 6, S. 163-182
- 10 Pilz, Brigitte: TransFair: Zum Auftakt Kaffee. In: 10, S. 60f.
- 11 Pilz, Brigitte: Zum Beispiel Fairer Handel. Göttingen 1996
- 12 Schweizer Forum Fairer Handel: Grundsätze des Fairen Handels. In: 12, S. 179
- 13 Stückelberger, Christoph: Ethischer Welthandel. Eine Übersicht, Bern 2001
- 14 Timmel, Ina: "Wir müssen begreifen, was Arbeit wert ist". Weltladen-Inhaberin Ina Timmel spricht über faire Klamotten, große Konzerne und das Denken ihrer Kunden. In: Freie Presse, 13.07.2012, B3
- 15 TransFair-Geschäftsstelle Köln: Solidarität im Supermarkt. In: 10, S. 68-72
- 16 Wein, Stefanie: Fairer Handel. Kritische Analyse in ökonomischer, ökologischer und sozialer Hinsicht. Saarbrücken 2008
- 17 20 Jahre Transfair, Sonderpublikation 2012
- 18 Löschner, Pascal/Schöll, Tobias: Die Welt verbessern. 33 Aktionen, die dein Umfeld verändern, 2012

- URL: http://buecher-de.welt.de/shop/meisterpartien/die-welt-verbessern/leuschner-pascal-schoell-tobias/products_products/detail/prod_id/34533301/
(Stand: 01.02.2013)
- 19 TransFair: Produktinformation „Bananen“, 2012
URL: http://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/user_upload/materialien/download/2011_10_Fact-Sheet_Banane.pdf (Stand: 24.02.2012)
- 20 TransFair: Produktinformation „Blumen“, 2013
URL: http://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/user_upload/materialien/download/2012_01_Fact-Sheet_Blumen.pdf (Stand: 12.02.2012)
- 21 TransFair: Produktinformation „Kakao“, 2012
URL: http://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/user_upload/materialien/download/2011_10_Fact-Sheet_Kakao.pdf (Stand: 12.02.2012)
- 22 o.V.: Fairtrade. Ein Gewinn für alle.
URL: http://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/user_upload/materialien/download/download_Fairtrade.Ein_Gewinn_fuer_alle.pdf (Stand: 12.02.2012)
- 23 o.V.: Auf Aufholjagd. Noch bewegen sich die Umsatzanteile fair gehandelter Ware auf relativ niedrigem Niveau. Doch die Aufholjagd läuft, mit jährlich zweistelligen Wachstumsraten. In: !!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!, S. 18f.
- 24 o.V.: Meilensteine des Fairen Handels. Mit dem ersten Lizenzvertrag startete im Jahr 1992 die Karriere des Fairen Handels in Deutschland. Die Highlights im Rückblick. In: 16, S. 8-11
- 25 o.V.: Projekte und Kampagnen für den Fairen Handel. „Jedes Produkt hat ein Gesicht“: Unter diesem Motto organisiert TransFair e.V. im Jubiläumsjahr 2012 eine Vielzahl von Kampagnen zur Förderung des Fairen Handels. In: 16, S. 6f.
- 26 o.V.: Sehnsucht nach Anstand und Werten. Immer mehr Betriebe nehmen fair gehandelte Produkte in ihr Sortiment auf. Zu Recht: Denn das Interesse der Verbraucher am ethischen Konsum steigt enorm. In: 16, S. 40-43
- 27 o.V.: Standards, Siegel und strenge Kontrollen. Das Fairtrade-Siegel fördert eine nachhaltige Produktion in den so genannten Entwicklungsländern. Wie Fairtrade funktioniert. In: 16, S. 12-15
- 28 o.V.: „Wo bleiben die großen Markenartikel?“. TransFair-Geschäftsführer Dieter Overath über Chancen und Probleme bei der Förderung des Fairen Handels in Deutschland und der Welt. In: 16, S. 44f.
- 29 http://www.fairtrade.de/index.php/mID/1.4/lan/de#Entwicklung_des_Fairen_Handels_in_Deutschland
- 30 <http://www.weltladen-freiberg-sachsen.de/der-faire-handel.html>

31 http://www.weltladen-freiberg-sachsen.de/mediapool/132/1325339/data/weg_kakao_fairer_handel.pdf

6. **Abbildungsverzeichnis**

- Abbildung 1: Siegel WFTO (S. 4, http://betterfair.de/sites/default/files/WFTO_Logo_rough.jpg)
- Abbildung 2: Zeitliche Entwicklung des Fairen Handels (S. 4, Grüninger 2009, S.23)
- Abbildung 3: Altes Transfairlogo (S.10, http://fairtradekontor.i.page.enmedios.de/data/site-configuration/images/infofox/left/transfair_logo_alt.jpg)
- Abbildung 4: Heutiges Logo (S.10, <http://www.fairtrade-deutschland.de/top/materialien/fotos-und-logos/>)
- Abbildung 5: Ein Kleinbauer zeigt ein geöffnete Kakaoschote (S. 12, <http://www.fairtrade-deutschland.de/typo3temp/pics/05fa07dd85.jpg>)
- Abbildung 6: Der Weg des Kakaos im Fairen Handel (S.14, http://www.weltladen-freiberg-sachsen.de/mediapool/132/1325339/data/weg_kakao_fairer_handel.pdf)
- Abbildung 7: Umsatz von Fairtrade-Produkten in Deutschland (in Mio.€) (S. 15, http://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/user_upload/ueber_fairtrade/was_macht_transfair/2012_TransFair_Vereinsprofil.pdf?PHPSESSID=f950c8fe99b9beb5a6d02f21f66dd9ef)