

# FACHGESPRÄCH WIRKUNGEN DES FAIREN HANDELS

22.03.2016, FRANKFURT A.M.

VERANSTALTUNGSDOKUMENTATION

# ff FORUM FAIRER HANDEL

Das **FORUM FAIRER HANDEL** ist der bundesweite Verband des Fairen Handels. Sein Ziel ist, das Profil des Fairen Handels zu schärfen, gemeinsame Forderungen gegenüber Politik und Handel durchzusetzen und eine stärkere Ausweitung des Fairen Handels zu erreichen. Das Forum versteht sich als die politische Stimme der Fair-Handels-Bewegung in Deutschland und setzt sich für gerechte Regeln für Handel und Landwirtschaft weltweit ein.

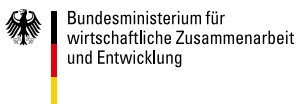
Das **FORUM FAIRER HANDEL** ist in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit, Bildung sowie Kampagnen- und Advocacyarbeit tätig. Einmal im Jahr veranstaltet das Forum Fairer Handel die Faire Woche, die größte Aktionswoche des Fairen Handels in Deutschland, mit.

Die Mitglieder des **FORUM FAIRER HANDEL** sind Organisationen, die ausschließlich im Fairen Handel arbeiten und Akteure, die die Förderung des Fairen Handels als einen der Schwerpunkte ihrer Arbeit ansehen: Weltladen-Dachverband e.V., die Fair-Handels-Importeure, GEPA – The Fair Trade Company, EL PUENTE, dwp eG Fair-Handels-Genossenschaft, BanaFair e.V. und GLOBO – Fair Trade Partner sowie Naturland – Verband für ökologischen Landbau e.V. und Fair-Band e.V. Ein breites Netzwerk von Partnerorganisationen arbeitet in den Arbeitsgruppen des Forum Fairer Handel mit.



**HERAUSGEBER** Forum Fairer Handel e.V. **TEXT** Christoph Albuschkat (fair:werk), mit Beiträgen von Dr. Thomas Kopp und Claudia Brück (TransFair e.V.) **REDAKTION** Manuel Blendin (Forum Fairer Handel e.V.) **GRAFIK** www.24zwoelf.de, Hannover **BERLIN, 2016**

Für den Inhalt dieser Publikation ist allein das Forum Fairer Handel e. V. verantwortlich; die hier dargestellten Positionen geben nicht den Standpunkt von Engagement Global gGmbH und dem Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung wieder. Die Erstellung der Broschüre wurde gefördert aus Mitteln des Kirchlichen Entwicklungsdienstes durch Brot für die Welt – Evangelischer Entwicklungsdienst, MISEREOR sowie von ENGAGEMENT GLOBAL im Auftrag des BMZ.



# EINLEITUNG

Das Forum Fairer Handel (FFH) hat sich bereits im Jahr 2005 im Rahmen einer Fachtagung mit dem Thema „Die Wirkungen des Fairen Handels“ beschäftigt. Die gleichlautende Tagungsdokumentation hat das FFH im Jahr 2011 in aktualisierter Fassung herausgegeben.

Die wachsende Bedeutung des Fairen Handels und die damit einhergehende, zunehmende kritische Berichterstattung über den Fairen Handel lassen eine erneute Beschäftigung mit dem Thema notwendig erscheinen. Bei dem Fachgespräch steht der Blick der Wissenschaft auf die Wirkungen des Fairen Handels im Fokus der Debatte. Die beiden zentralen Fragen lauten:

- Wie können vor allem qualitative Wirkungen gemessen werden?
- Welche Wirkungen des Fairen Handels sind empirisch belegt?

Derzeit untersucht eine von Fairtrade Deutschland, dem FFH und weiteren Akteuren in Auftrag gegebene Studie die Wirkungen des Fairen Handels auf die Gesellschaft in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2015. Die Ergebnisse dieser Studie sollen Ende 2016 vorliegen und der Öffentlichkeit vorgestellt werden. Bei der hier dokumentierten Fachtagung lag der Schwerpunkt auf den qualitativen Wirkungen, die der Faire Handel bei den Produzentengruppen im Süden erzielt. Die Wirkungen des Fairen Handels sind zugleich das Schwerpunktthema der Fairen Woche 2016. In diesem Rahmen werden die veranstaltenden Organisationen zur Jahresmitte eine Hintergrundbroschüre zum Thema herausbringen.

**WAS SIND WIRKUNGEN? 4**

**FRAGEN AN DIE WIRKUNGSFORSCHUNG 6**

**DAS WIRKUNGSMODELL VON FAIRTRADE INTERNATIONAL 7**

**WELCHE WIRKUNGEN SIND EMPIRISCH BELEGT? 8**

**DISKUSSION ÜBER DIE ÖFFENTLICHKEITSARBEIT DER FAIR-HANDELS-AKTEURE ZU DEN WIRKUNGEN DES FAIREN HANDELS 10**

**FACHGESPRÄCH: PROGRAMM / TEILNEHMER 11**

**LITERATUR 11**

# WAS SIND WIRKUNGEN?

Dr. Thomas Kopp, Agrarökonom, ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Landwirtschaftliche Marktlehre an der Fakultät für Agrarwissenschaften der Georg-August-Universität Göttingen, sowie Vorsitzender des Common Future e.V.

Laut Thomas Kopp ist der Faire Handel ein Instrument der Entwicklungszusammenarbeit und gleichzeitig eine soziale Bewegung. Die Analyse von Wirkungen ist ein Teil der Evaluation und u.a. für die durchführenden Akteure, aber auch für die Geldgeber, von großem Interesse. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die verschiedenen Akteure (Zielgruppen, Auftraggeber, Geldgeber, Durchführende, ...) durchaus eigene Interessen haben, die Einfluss auf die Ergebnisse der Wirkungsanalyse haben können.

In der Wirkungsanalyse ist es wichtig, zwischen folgenden Begriffen zu unterscheiden:

Input = Eingesetzte Mittel, z.B. Personal

Output = erbrachte Leistungen, z.B. Workshops

Outcome = konkrete Veränderung bei den direkt Betroffenen, z.B. Landwirtschaft ohne Pestizideinsatz

Impact = Wirkungen auf eine größere Gemeinschaft, z.B. bessere Trinkwasserqualität

Anders als im Deutschen wird im englischen Sprachgebrauch differenziert zwischen den Wirkungen bei den direkt Betroffenen (= Outcome), die schneller zu erzielen sind, und den Wirkungen auf eine größere Gemeinschaft (= Impact), die sich erst nach längeren Zeiträumen einstellen (können). Ob es sich dabei um eine Dorfgemeinschaft, eine Region oder ein ganzes Land handelt, hängt vom Ziel ab, das mit der/jeweiligen Maßnahme/n verfolgt wurde. Die Wirkungsanalyse betrachtet somit die Veränderungen, die bestimmte Maßnahmen auf die konkrete Zielgruppe oder eine größere Gemeinschaft haben.

Kopp weist darauf hin, dass Impact und Outcome auch gegenläufige Resultate haben können. Beispiel: Wenn höhere Einnahmen Produzent/innen in die Lage versetzen, ihren Kindern eine bessere Schulbildung und ein Studium zu ermöglichen und diese dann wegziehen, um in der Stadt zu arbeiten, kann die Fortführung der elterlichen Betriebe gefährdet sein.

Die Wirkung einer Maßnahme entfaltet sich über folgende Stufen:



Quelle: Phineo (2013), Kursbuch Wirkung

Zur Ermittlung von Wirkungen wird zwischen quantitativen und qualitativen Methoden unterschieden, wobei auch beide Formen gemischt werden können (= graue Evaluation).

## Ermittlung von Wirkungen

Quantitative Methoden	Qualitative Methoden
Vergleich mit Kontrollgruppe Eine Gruppe mit Intervention und eine Kontrollgruppe; die Kontrollgruppe unterscheidet sich räumlich oder zeitlich von der Zielgruppe	Können Perspektiven der Beteiligten besser einfangen Arbeitet mit offener Fragestellung („warum?“) Eine Methode ist die teilnehmende Beobachtung
Ansatz: Was wäre wenn ... nicht?	Erster Schritt: Entwicklung von Hypothesen
Problem: was ist Ursache, was ist Wirkung?	Hebt auf das Verständnis von Prozessen ab
Schwächen: deutlich aufwändiger Schwieriger, qualitative Ziele zu erfassen	Schwächen: Die Auswahl des Samplings ist nicht zufällig und kann Vorannahmen enthalten Engagement der fragenden Person spielt in Ergebnisse rein
Stärken: Ergebnisse besser generalisierbar	Stärken: Man erhält schnelle Resultate Diese Informationen können in weitere Forschungsfragen einfließen Die Methode ist flexibel Weniger ressourcenintensiv
Beispiele für quantitative Ziele: Bezahlung von existenzsichernden Löhnen Armutsreduzierung Reduzierung von Mangelernährung	Beispiele für qualitative Ziele: Stärkung der Organisation/der sozialen Gemeinschaft Politisches Empowerment Förderung einer nachhaltigen Anbauweise

Thomas Kopp weist darauf hin, dass sich mit quantitativen Methoden die Kausalität quantifizierbarer Ziele wissenschaftlich einwandfrei nachweisen lässt. Für qualitative Ziele sei dies schwieriger, aber auch möglich. Es gibt eine Vielzahl an Studien zu quantitativen Wirkungen des Fairen Handels. Soziale Dimensionen hingegen werden in vielen Studien eher am Rande angesprochen, und sind selten das zentrale Thema der Studien.

Die Evaluation von Wirkungen ist der Versuch, den Nettoeffekt einer Intervention zu bestimmen. Um eine Wirkung eindeutig einer Intervention zuordnen zu können, müssen alle anderen Faktoren ausgeschlossen werden, die ebenfalls auf die Zielgruppe einwirken, wie z.B. Infrastrukturprojekte der Regierung oder Maßnahmen anderer Nachhaltigkeitsansätze.

**Die Verschriftlichung dieses Vortrags von Dr. Thomas Kopp können Sie hier herunterladen.**

# FRAGEN AN DIE WIRKUNGSFORSCHUNG

Wie geht die Forschung mit schwer quantifizierbaren Wirkungen um?

Wie werden diese beschrieben und wo sind wissenschaftliche Herausforderungen?

Kopp benennt fünf Herausforderungen der Wissenschaft bei der Erfassung von Wirkungen:

## 1. ZIELKONFLIKT GUTE WISSENSCHAFTLICHE PRAXIS VS. WUNSCH, SCHNELLE ERGEBNISSE ZU ERZIELEN

Der erforderliche Umfang der Untersuchung steht oft in einem Spannungsverhältnis zum Wunsch, schnelle Ergebnisse zu erzielen. Je nach dem, wozu man Ergebnisse nutzen möchte, sind Untersuchungen unterschiedlich umfangreich. Wirkungsanalysen im Fairen Handel werden oft für die öffentliche Kommunikation oder als Beleg für Geldgeber verwendet – dafür müssen sie fundiert und seriös angelegt sein, was zeitintensiv ist.

## 2. MESSUNG QUALITATIVER WIRKUNGEN

Die Messung von Wirkungen bedarf einer aufwändigen Untersuchung und eines langen Untersuchungszeitraums. Eine erste Datenerhebung sollte möglichst vor der Intervention stattfinden und beobachtete Veränderungen mit einer Kontrollgruppe verglichen werden.

Ein belastbarer Beleg einer Wirkung und eines kausalen Zusammenhangs einer Intervention mit einer Wirkung benötigt eine quantitative Methodik, wobei zufällige Wirkungen – auch bei der Kontrollgruppe – „herausgerechnet“ werden müssen, um den Effekt der Intervention zu isolieren.

Bei einer Parallelität von verschiedenen Programmen (Entwicklungszusammenarbeit, verschiedene Zertifizierungen (z.B. Bio und Fair, ...)) ist es schwer, die Ursachen für einzelne Wirkungen voneinander zu trennen.

## 3. GENERALISIERBARKEIT VON AUSSAGEN

Kopp betont, dass das Studiendesign immer zum jeweiligen Kontext passen muss. Wirkungsanalysen beziehen sich auf konkrete Fallstudien und die jeweils spezifischen Rahmenbedingungen. Daher folgt, dass Ergebnisse tendenziell nicht generalisiert werden können. Eine konkrete Wirkung in einem Fall kann also nicht als grundsätzliche Wirkung des Fairen Handels dargestellt werden.

Generalisierungen können allenfalls auf einzelne Regionen/Kontexte bezogen werden. Es sei jedoch möglich, zumindest zu sehr eng umrissenen Fragestellungen auf der Basis von umfangreichen Metastudien Antworten zu gewinnen. Kopp problematisiert an dieser Stelle jedoch das große Vertrauen, das Metastudien genießen, oft ohne dass die Methodik der zugrunde liegenden Studien beschrieben wird.

## 4. PUBLICATION BIAS

Kopp stellt die Frage in den Raum, wie man mit unpopulären Ergebnissen (z.B. keine Wirkung, Wirkung (politisch) nicht gewünscht) umgehen soll. In der wissenschaftlichen Praxis kommt es vor, dass uninteressante Ergebnisse (also „keine Wirkung“) nicht veröffentlicht werden. In der Zivilgesellschaft und der Wirtschaft ist die Nicht-Veröffentlichung einer Studie für die Kommunikation u.U. schwierig, weil Geldgeber und die Öffentlichkeit die Veröffentlichung einfordern. Wenn Ergebnisse keine oder nicht die erwünschten Wirkungen hervorbringen, stellt sich die Frage, ob das Forschungsdesign richtig war oder ob die eingesetzten Instrumente tatsächlich keine oder nicht erwünschte Wirkungen hervorgebracht haben.

## 5. LÜCKEN IN DER LITERATUR

Zu vielen Fragen rund um die Wirkungen des Fairen Handels liegen noch keine Studien vor. Hinzu kommt, dass sich ein Großteil der Studien zum Fairen Handel auf Kaffee und auf Südamerika beziehen, während Studien zu anderen Regionen, Produkten und Themen (z.B. zum Faktor Arbeit, zu Besitzverhältnissen von Land, ...) stark unterrepräsentiert sind. Kopp weist darauf hin, dass bei vielen Studien zudem nicht sauber zwischen Wirkungen des Fairen Handels und Wirkungen anderer Nachhaltigkeitsansätze differenziert wird.

## FAZIT

Die bisherigen Ausführungen haben ein Dilemma deutlich werden lassen: Auf der einen Seite sind aufwändige Einzelstudien nötig, um belastbare Ergebnisse über Wirkungen zu bekommen, die die Akteure des Fairen Handels im Rahmen ihrer Öffentlichkeitsarbeit und zur Weiterentwicklung ihrer Instrumente verwenden können. Auf der anderen Seite übersteigt der zeitliche und finanzielle Aufwand, diese Studien zu erstellen, die Möglichkeiten des Fairen Handels. Um in der Kommunikation nicht angreifbar zu sein, müssen die Akteure des Fairen Handels sorgfältig kommunizieren und dürfen Ergebnisse von einzelnen Fallbeispielen nicht generalisieren.

# DAS WIRKUNGSMODELL VON FAIRTRADE INTERNATIONAL

Claudia Brück, geschäftsführendes Vorstandsmitglied für die Bereiche Kommunikation, Politik und Kampagnen bei TransFair e.V.

Claudia Brück stellt dar, dass die Auswertung der Wirkungen seiner Maßnahmen für Fairtrade International seit vielen Jahren ein zentraler Aspekt seiner Arbeit ist. Grundlage für die Wirkungsmessung sind:

## DIE FAIRTRADE VISION:

Eine Welt, in der alle Produzentinnen und Produzenten im Süden ein sicheres und gutes Leben führen, ihr Potential ausschöpfen und über ihre Zukunft selbst entscheiden können.

## UND DIE OBERZIELE:

- Förderung nachhaltiger Lebensverhältnisse
- Selbstbestimmung von Kleinbäuer/innen und Arbeiter/innen
- Den Handel fair gestalten

2007 wurde der Bereich Monitoring & Evaluation im Fairtrade-System aufgebaut, der später um den Aspekt „Learning“ (= MEL) erweitert wurde. Die kontinuierliche Abfolge von Monitoring, Evaluierung und Lernen stellt einen Lernzirkel dar, der immer wieder von vorne beginnt und der Klärung der Frage dient, ob mit den angewendeten Instrumenten die gewünschten Ziele erreicht werden. Dabei sieht das Grunddesign für alle Evaluierungen vor, dass bei allen Zielgruppen eine Erhebung vor und eine während der Intervention gemacht wird und auch jeweils eine Kontrollgruppe untersucht wird. Die Monitoringberichte sind seit 2009 online abrufbar, ebenso wie andere Wirkungsstudien.

Seit fünf Jahren verwendet Fairtrade International das Theory of Change-Modell. In derzeit 29 Wirkungsfeldern aus den Bereichen Ökologie, Ökonomie und Soziales möchte Fairtrade Veränderungen herbeiführen, z. B. höhere Einkommen, gezielte Maßnahmen zur Anpassung an den Klimawandel oder mehr Geschlechtergerechtigkeit. Dabei gibt es für jede Zielgruppe (Kleinproduzent/innen, Arbeiter/innen, Politik/Handel) unterschiedliche Ziele. Fairtrade hat Studien zum Fairen Handel ausgewertet und geprüft, zu welchen dieser 29 Wirkungsfelder Wirkungen tatsächlich belegbar sind (siehe Abbildung auf Folie 19 der Präsentation; Grün – erwünschte Wirkungen belegbar; Gelb – es fehlen Studien oder keine starke Wirkung entdeckt; Rot – zu wenig Erkenntnisse liegen vor; Weiß – unklar; sagt nur, dass es wissenschaftlich nicht belegbar ist; nicht, dass es keine Wirkung gibt).



Grundsätzlich ist festzustellen, dass es zu wenige Studien zum Fairen Handel gibt, um zu allen Wirkungsfeldern valide Aussagen treffen zu können. Viele Studien, die derzeit angefertigt werden, wurden von Fairtrade initiiert oder werden von Fairtrade beraten. Anhand zahlreicher Studien kann belegt werden, dass Fairtrade wirkt. Der Nachweis, warum seine Instrumente wirken, gibt Fairtrade die Möglichkeit, Entwicklungsprojekte gezielt zu konzipieren, umzusetzen und zu verbessern. Daraus erwächst auch ein gestärktes Verantwortungsgefühl bei den Zielgruppen, die positiven Veränderungen in ihrem Wirkungsbereich zu verstetigen.

Die Ergebnisse der Wirkungsmessung führen dazu, dass die Fairtrade-Instrumente bei Bedarf angepasst werden. So war z. B. die Einführung der Rohstoffprogramme eine Konsequenz der CEval-Wirkungsstudie aus dem Jahr 2012. Sie hatte ergeben, dass die gewünschten Wirkungen erst erreicht werden, wenn die Handelspartner mindestens 30 % ihrer Ernte unter Fairtrade-Bedingungen vermarkten können.

**Die Präsentation von Claudia Brück können Sie hier herunterladen.**



# WELCHE WIRKUNGEN SIND EMPIRISCH BELEGT?

Kopp berichtet über Ergebnisse einer von ihm durchgeführten Literaturrecherche. Ausgewertet wurden ausschließlich Studien, die sich mit fünf vorab ausgewählten, qualitativen Wirkungsbereichen des Fairen Handels (s.u.) beschäftigten. Grundlage für seine Recherche waren Studien, die durch die Veröffentlichung in wissenschaftlichen Fachzeitschriften eine hohe Glaubwürdigkeit aufweisen. Das bedeutet, dass die Studien einen aufwändigen anonymen Begutachtungsprozess durch Expert/innen auf dem Gebiet („double blind peer review“) durchlaufen haben, bevor sie publiziert wurden. Dadurch sind viele Studien, die von Fair-Handels-Akteuren in Auftrag gegeben wurden und die nicht in die Wissenschaftsliteratur eingegangen sind, nicht berücksichtigt worden. Die von Kopp recherchierten Wirkungsstudien beleuchten vor allem quantitative Aspekte und bestätigen, dass zu bestimmten Themen wenige Studien vorliegen, z.B. zu Wirkungen des Fairen Handels auf Frauen. Ein Überblick über die gefundenen Studien wird in der Verschriftlichung von Kopp (s. Download) gegeben, wobei er die Metastudie von Terstappen et al. aus dem Jahr 2012 hervorhebt, in die 129 Einzelstudien eingegangen sind. Einige der gefundenen Studien wurden von Akteuren des Fairen Handels in Auftrag gegeben – auch sie bergen das Risiko, dass das Erkenntnisinteresse die Fragestellung beeinflusst haben könnte, denn oftmals werden Studien von den beteiligten Akteuren speziell auf die Untersuchung der eingesetzten Instrumente zugeschnitten.

Ein Grundproblem vieler Studien besteht laut Kopp darin, dass sie keine klare Differenzierung zwischen einzelnen Zertifizierungen oder anderen Nachhaltigkeitsansätzen vornehmen. So werden Ansätze wie UTZ und Rainforest Alliance oft mit dem Fairen Handel gleichgesetzt. Auch unterscheiden sie kaum zwischen Fairtrade und anderen Akteuren des Fairen Handels. Aus einigen Studien ist allerdings herauszulesen, dass der Fairtrade-Ansatz sich bewährt für Organisationen, die schon gut aufgestellt sind, während die Zusammenarbeit mit den Fair-Handels-Importorganisationen die Aufbauarbeit der Handelspartner fördert und individualisierte Unterstützung bietet.

## STÄRKUNG DER ORGANISATION/ORGANISATIONSENTWICKLUNG

Zum Aspekt der Organisationsentwicklung zitiert Kopp Studien, die sowohl positive als auch negative Wirkungen belegen. So stellen einige Studien fest, dass die Ownership der Projekte teilweise bei Handelspartnern im Norden liegt, dass kein lokales Wissen einbezogen wurde und eine Überregulierung durch verschiedene Zertifizierungen erfolgte. Kritisiert wurde, dass Kontrolleure oft ortsfremd sind und lokale Gebräuche nicht kennen. Ein weiterer Grund, der eine Stärkung der Handelspartner verhindert hat, war, dass die Partnerorganisationen im Norden eher starke Süd-Partner suchen, so dass schwache Süd-Partner eher wenig Chancen haben, ihre Kapazitäten auszubauen.

Andere Studien belegen, dass Inspektoren aus der lokalen Gemeinschaft heraus rekrutiert wurden, darunter auch Frauen, wodurch diese eine Ermächtigung erfahren haben. Eine Studie weist als wichtigen Aspekt der Stärkung der Organisation aus, dass sie durch den Fairen Handel über mehr Marktinformationen verfügt und die Fair-Handels-Beziehung für sie nun ein Maßstab ist, mit dem sie andere Handelsbeziehungen messen. Eine Studie aus dem Kaffeebereich hat nachgewiesen, dass die Zusammenarbeit mit dem Fairen Handel die Gründung von neuen Produzentenorganisationen beflügelt habe.

Stärkere positive Veränderungen waren bei Biobauern feststellbar, weil bei ihnen konkrete Veränderungen auf dem einzelnen Hof stattfinden müssen, nicht nur auf Organisationsebene. Die Belege für die unterschiedlichen Wirkungen zeigen das Problem der Generalisierbarkeit von Ergebnissen deutlich auf.

## STÄRKUNG SOZIALER GEMEINSCHAFT

Zu diesem Punkt ist es laut Kopp schwierig, Studien zu finden. Einige Studien belegen mögliche negative Wirkungen, die darin bestehen, dass vor allem Produzentengruppen, die bereits ein besseres Standing haben, von den Leistungen des Fairen Handels profitieren. Dadurch können sozio-ökonomische Disparitäten verstärkt und Missgunst begünstigt werden.

Als Beleg für eine positive Wirkung führt Kopp Studien an, die zeigen, dass eine Stärkung sozialer Gemeinschaften dazu führen kann, dass der Druck, die Region zu verlassen, abnimmt und dass die Menschenrechte stärker geachtet werden.

## STÄRKUNG VON FRAUEN/ABBAU VON DISKRIMINIERUNG

Die Wirkungen des Fairen Handels auf Frauen bzw. den Abbau von Diskriminierungen sind laut Kopp nicht so stark erforscht, wie es nötig wäre. Einige der zitierten Studien zeigen, dass die tatsächliche Partizipation von Frauen teilweise weniger stark ist, als die Zahl der Mitglieder vermuten lässt. Ebenso lässt sich vereinzelt nachweisen, dass die Vorteile des Fairen Handels aus verschiedenen Gründen eher Männer als Frauen erreichen - z.B., weil Veränderungen durch den Fairen Handel zu einer stärkeren Arbeitsbelastung für Frauen führen; weil Frauen weniger mit dem Anbau von Cash Crops befasst sind; weil es eine generelle männliche Vorherrschaft gibt, die auch durch den Fairen Handel nicht aufgelöst wird; weil Frauen im Gegensatz zu Männern teilweise keinen Zugang zu Kapital und/oder Land haben und deshalb weniger mit dem Fairen Handel in Berührung kommen; weil Frauen oft weniger formale Bildung haben als Männer; ...



Auf der anderen Seite haben Studien auch belegt, dass Frauen durch die Intervention des Fairen Handels verstärkt in Führungspositionen der Handelspartner anzutreffen sind.

Teilweise finden Frauen durch den Fairen Handel auch neue Rollen, z. B. als Inspektorinnen; es gibt auch Beispiele, dass Frauen durch den Fairen Handel Zugang zu Krediten und/oder zu Weiterbildungsmöglichkeiten erhalten haben und eine höhere Motivation zur selbstständigen Unternehmerschaft aufweisen als Männer.

## POLITISCHES EMPOWERMENT DER PRODUZENTEN-ORGANISATIONEN

Auch zu diesem Bereich hat Kopp nicht viele Studien gefunden, u.a. weil viele Studien vor allem Wirkungen auf der Ebene der Einzelhaushalte untersuchen und sich weniger auf größere Gemeinschaften beziehen. Ein Beispiel für eine nachgewiesene Wirkung ist, dass die untersuchten Produzentengruppen bessere Möglichkeiten erhalten haben, für ihre eigenen Anliegen Lobbyarbeit zu machen, sich zu vernetzen und neue Strukturen zu schaffen. Als Beispiel wird die Gründung des Fair-Handels-Netzwerkes in Malawi genannt. Aus Indien und Südafrika führte Kopp Studien an, die negative Wirkungen belegen: Hier führte die Lohnarbeit zur Prekarisierung der Arbeiter/innen, weil nur die Personen in Führungsebenen von den Leistungen des Fairen Handels profitierten.

## FÖRDERUNG EINER NACHHALTIGEN ANBAUWEISE IN DER LANDWIRTSCHAFT

Viele Studien enthalten laut Kopp keine Analyse der Umweltwirkungen – vielleicht, weil beim Fairen Handel der Fokus eher auf seine sozialen Wirkungen gelegt wird. Die Wirkungen einer nachhaltigen Anbauweise werden daher oft im Hinblick auf Gesundheitsaspekte für die Bäuer/innen untersucht. Einige Studien zeigen jedoch auch, dass Fair-Handels-Produzent/innen ökologischer wirtschaften als konventionelle Kleinbäuer/innen.

**Die Ergebnisse der Literaturrecherche von Dr. Thomas Kopp können Sie hier herunterladen.**

# DISKUSSION ÜBER DIE ÖFFENTLICHKEITSARBEIT DER FAIR-HANDELS-AKTEURE ZU DEN WIRKUNGEN DES FAIREN HANDELS

Festgestellt werden kann, dass es Belege für erwünschte Wirkungen in den untersuchten Themenfeldern gibt, aber auch dafür, dass es diese Wirkungen bei anderen Handelspartnern nicht gibt. Dieser Befund belegt, dass eine Generalisierung der Wirkungserfolge schwierig ist. Auch für die von der Fair-Handels-Bewegung in Deutschland stark rezipierte CEval-Studie aus dem Jahr 2012 sind nur wenige Handelspartner untersucht worden, was die Generalisierbarkeit der Erkenntnisse einschränkt.

Um sich gegenüber der Öffentlichkeit und kritischen Medien nicht angreifbar zu machen, müssten die Fair-Handels-Akteure auf generalisierte Aussagen verzichten oder die kommunizierten Wirkungen mit Studien unterfüttern. Fraglich ist, wie realistisch eine solche Vorgehensweise ist – auch wenn ein Verweis auf Studien auf die Leser/innen die Seriosität des Fairen Handels untermauern könnte. Die Diskrepanz zwischen der Komplexität der Materie und der Anforderung der Öffentlichkeit und der Medien, prägnante Aussagen zu bekommen, wird deutlich.

Die gut dokumentierten Fallbeispiele aus dem Fairen Handel sollten für die Öffentlichkeitsarbeit genutzt werden. Darüber hinaus sollten die Fair-Handels-Akteure sehr sorgfältig kommunizieren und ggf. einzelne Aussagen auf bestimmte Regionen und/oder Arten von Handelspartnern beschränken („Es kommt drauf an ...“). Sie sollten außerdem deutlich machen, dass der Faire Handel kein statisches und fertiges System ist, sondern ein Prozess, und dass die Evaluierung seiner Wirkung genau dazu dient, die eigenen Instrumente zu überprüfen und weiterzuentwickeln, um die Ziele noch besser und präziser erreichen zu können. Ein Beispiel sind die Fairtrade-Programme, die als Folge der Ergebnisse der CEval-Studie von 2012 entwickelt wurden.

Ein Grundproblem besteht darin, dass die verschiedenen Nachhaltigkeitsansätze in vielen Studien nicht sauber voneinander getrennt werden. Das birgt die Gefahr, dass in der öffentlichen Wahrnehmung die verschiedenen Ansätze miteinander vermischt und die Leistungen des Fairen Handels nicht klar erkannt werden (können).

Ein weiteres Defizit stellen die zahlreichen Forschungslücken dar, vor allem im Bereich der qualitativen Wirkungen. Unter anderem ist der Faktor der Arbeitsverhältnisse unerforscht, ebenso die Frage der Landbesitzverhältnisse. Darüber hinaus mangelt es in vielen Studien an einer Differenzierung der einzelnen Gruppen innerhalb der Produzentenorganisationen (Produzent/innen, Männer, Frauen, Arbeiter/innen, Angestellte, Mitglieder mit/ohne Stimmrecht, ...). Hinzu kommt, dass viele Studien stark regional und produktspezifisch ausgerichtet sind. So existieren viele Studien zu Südamerika und Kaffee, während es Defizite bei Studien zu anderen Regionen, Produkten und Themen gibt. Die Anpassung an den Klimawandel stellt ein relativ neues Forschungsgebiet dar, das in Zukunft an Bedeutung gewinnen wird. Diese Defizite vor Augen zu haben ist wichtig, um dahingehend auf zukünftige Studien Einfluss nehmen zu können, damit diese Lücken nach und nach geschlossen bzw. verkleinert werden. Gut belegbar sind z.B. die Wirkungen des Fairen Handels auf eine verbesserte Gesundheitsversorgung der Zielgruppen.

Die Teilnehmenden waren sich einig, dass die Akteure des Fairen Handels seine Leistungen nicht zu defensiv kommunizieren sollten – auch, wenn nicht alle Wirkungen bei allen Handelspartnern durch generalisierbare wissenschaftliche Studien belegt werden können. So wird ein Slogan wie „Fairer Handel wirkt!“ für die Faire Woche 2016 als durchaus verwendbar eingeschätzt. Gleichzeitig sollten Herausforderungen, vor denen auch der Faire Handel steht, sowie die Grenzen seiner Leistungsfähigkeit offen angesprochen und transparent gemacht werden.

# FACHGESPRÄCH WIRKUNGEN DES FAIREN HANDELS

22.03.2016, FRANKFURT A. M.

## PROGRAMM

11:00 Begrüßung und Einführung  
Manuel Blendin, FFH

11:15 Einführung in das Thema: Was sind Wirkungen?  
Dr. Thomas Kopp

11:45 Fragen an die Wirkungsforschung:  
Wie geht die Forschung mit schwer  
quantifizierbaren Wirkungen um?  
Wie werden diese beschrieben und wo sind  
wissenschaftliche Herausforderungen?  
Dr. Thomas Kopp

12:30 Diskussion

13:00 Mittagspause

13:45 Das Wirkungsmodell von Fairtrade International  
Claudia Brück

14:15 Welche Wirkungen des Fairen Handels zu den  
folgenden Schwerpunktthemen sind empirisch belegt?

- Stärkung der Organisationen/Organisationsentwicklung
- Stärkung sozialer Gemeinschaft
- Stärkung von Frauen/Abbau von Diskriminierung
- Politisches Empowerment
- Förderung einer nachhaltigen Anbauweise  
in der Landwirtschaft

Ergebnisse einer Literaturrecherche  
Dr. Thomas Kopp

15:15 Diskussion über die Öffentlichkeitsarbeit  
zu diesem Thema

16:00 Absprachen zur Weiterarbeit

16:30 Ende

## TEILNEHMENDE

Verena Albert (GEPA)

Christoph Albuschkat (Weltladen-Dachverband)

Manuel Blendin (FFH)

Stefan Bockemühl (EL PUENTE)

Kyra Bornemann (EL PUENTE)

Claudia Brück (TransFair)

Daniel Debray (TransFair)

Achim Franko (Weltladen-Dachverband)

Michael Freitag (aej)

Andrea Fütterer (GEPA)

Anna Hirt (Weltladen-Dachverband)

Thomas Kopp

Julia Lesmeister (FFH)

Annegret Lueg (Eine Welt Netzwerk Bayern)

Lisa Niklas (FFH)

Cristina Pflaum (Weltläden in Hessen)

Petra Schürmann (Kindermissionswerk „Die Sternsinger“)

Jürgen Sokoll (Eine Welt Netz NRW)

Katharina Utzolino (Süd-Nord-Kontor Hamburg)

Andreas Ziermann (Naturland)

## LITERATUR

Phineo (2013): Kursbuch Wirkungen ([www.kursbuch-wirkung.de](http://www.kursbuch-wirkung.de))  
Fairtrade International (2016): Fairtrade Theory of Change – Version 2.0  
Forum Fairer Handel (2011): Die Wirkungen des Fairen Handels  
[www.social-reporting-standard.de](http://www.social-reporting-standard.de)

## DOWNLOADS

**Die Präsentation von Claudia Brück  
können Sie hier herunterladen.**

**Die Ergebnisse der Literaturrecherche von  
Dr. Thomas Kopp können Sie hier herunterladen.**

