



Von der Nische  
zum Mainstream

Fairer Handel von 1946 bis 2006





# Überblick

---

Grundidee, Grundsätze

Geschichte Fairer Handel

Stand heute

(Fair Trade in Europe 2005)

Entwicklung außerhalb Europas



Von der Nische zum Mainstream



# Geschichte: Grundidee



Von der Nische zum Mainstream



# Geschichte: Grundsätze

---

- kein unnötiger Zwischenhandel
- Handel kein Selbstzweck
- nicht nur Produkte, auch ProduzentInnen
- finanzielles Entgegenkommen
  - Mindestpreis
  - Mehrpreis
  - Vorfinanzierung
- Kriterien für ProduzentInnen u. Produkte
- Transparenz -> Glaubwürdigkeit



Von der Nische zum Mainstream



# Geschichte international 1

---

Vier Phasen:

## 1. Ursprünge

- UK : Oxfam : erster Laden in 1948, richtig ab Ende der 50er Jahre
- USA: Ende der 40er Jahre durch Mennonitische Kirche

## 2. 70er Jahre

richtiger Start von den Niederlanden aus

ab 1959, 1969 erster Weltladen

Export der Idee nach Belgien, Schweiz, Deutschland und Österreich



---

Von der Nische zum Mainstream



## Geschichte international 2

---

### 3. Anfang 90er

- Ausweitung durch Gründung der Siegel-Initiativen

### 4. Ab 2000

riesige Zuwachsraten überall  
„der Stein rollt jetzt hinunter“

In Anlehnung an

Nicholls & Opal: Fair Trade: Market-driven  
Ethical Consumption, London 2004

---



Von der Nische zum Mainstream



# Geschichte Österreich

1975

Pionier EZA Fairer Handel

1977

erster Weltladen

1982

ARGE Weltläden als Dachverband

1993

Gründung von FAIRTRADE  
(damals als TransFair)



Von der Nische zum Mainstream

# Fair Trade in Europe 2005

Facts and Figures on Fair Trade in 25 European countries



A survey prepared by  
Jean-Marie Krier

Published by  
FLO – Fairtrade Labelling Organizations  
IFAT – International Fair Trade Association  
NEWS! – Network of European World Shops  
EFTA – European Fair Trade Association



**Table 1: Five years of Fair Trade dynamics in Europe: A statistical overview**

	Five years ago <sup>4</sup>	Latest year available <sup>5</sup>	% change
<b>Importing organisations</b>	<b>97</b>	<b>200</b>	<b>+106</b>
<b>Sales Outlets</b>			
Worldshops	2,740	2,854	+ 4
Supermarkets	43,100	56,700	+ 32
Others	18,000	19,300	+ 7
<b>TOTAL</b>	<b>63,800</b>	<b>78,900</b>	<b>+ 24</b>
<b>Paid staff (full-time equivalent)</b>			
Importing organisations	746	851	+ 14
Worldshops associations	32	107	+ 234
Labelling organisations	71	113	+ 59
<b>TOTAL</b>	<b>849</b>	<b>1,071</b>	<b>+ 26</b>
<b>Turnover, in 000 €</b>			
Importing organisations	118,900	243,300	+ 105
Worldshops, net retail value	41,600	103,100	+ 148
Labelling org., net retail value	208,900	597,000	+ 186
<b>Education / PR / marketing, in 000 €</b>			
Importing organisations	5,600	11,400	+ 104
Worldshops associations	1,000	1,700	+ 70
Labelling organisations	3,500	5,100	+ 46
<b>TOTAL</b>	<b>10,100</b>	<b>18,300</b>	<b>+ 81</b>
<b>All World Shops, in 000 €</b>			
Net retail value, estimate	92,000	120,000	+ 30
<b>All Fair Trade products, in 000 €</b>			
Net retail value, estimate	260,000	660,000	+ 154



**Table 3: The Top European Fair Trade importers**

Turnover of the biggest Fair Trade importers in Europe (in million EUR)			
Organisation <sup>17</sup>	Country	Turnover financial year 2004 <sup>18</sup>	Turnover five years ago <sup>19</sup>
gepa	Germany	39.7	29.8
Ctm altromercato	Italy	34.3 <sup>20</sup>	9.3
Cafédirect	United Kingdom	25.2	12.0
Fair Trade Organisatie	Netherlands	20.7	15.9
Traidcraft	United Kingdom	20.6 <sup>21</sup>	12.4
Oxfam Fairtrade <sup>22</sup>	Belgium	15.5	5.0
claro fair trade	Switzerland	11.5	8.3






**Table 4: The impact of the Fairtrade labelling organisations in Europe**

Figures for 2004<sup>28</sup>

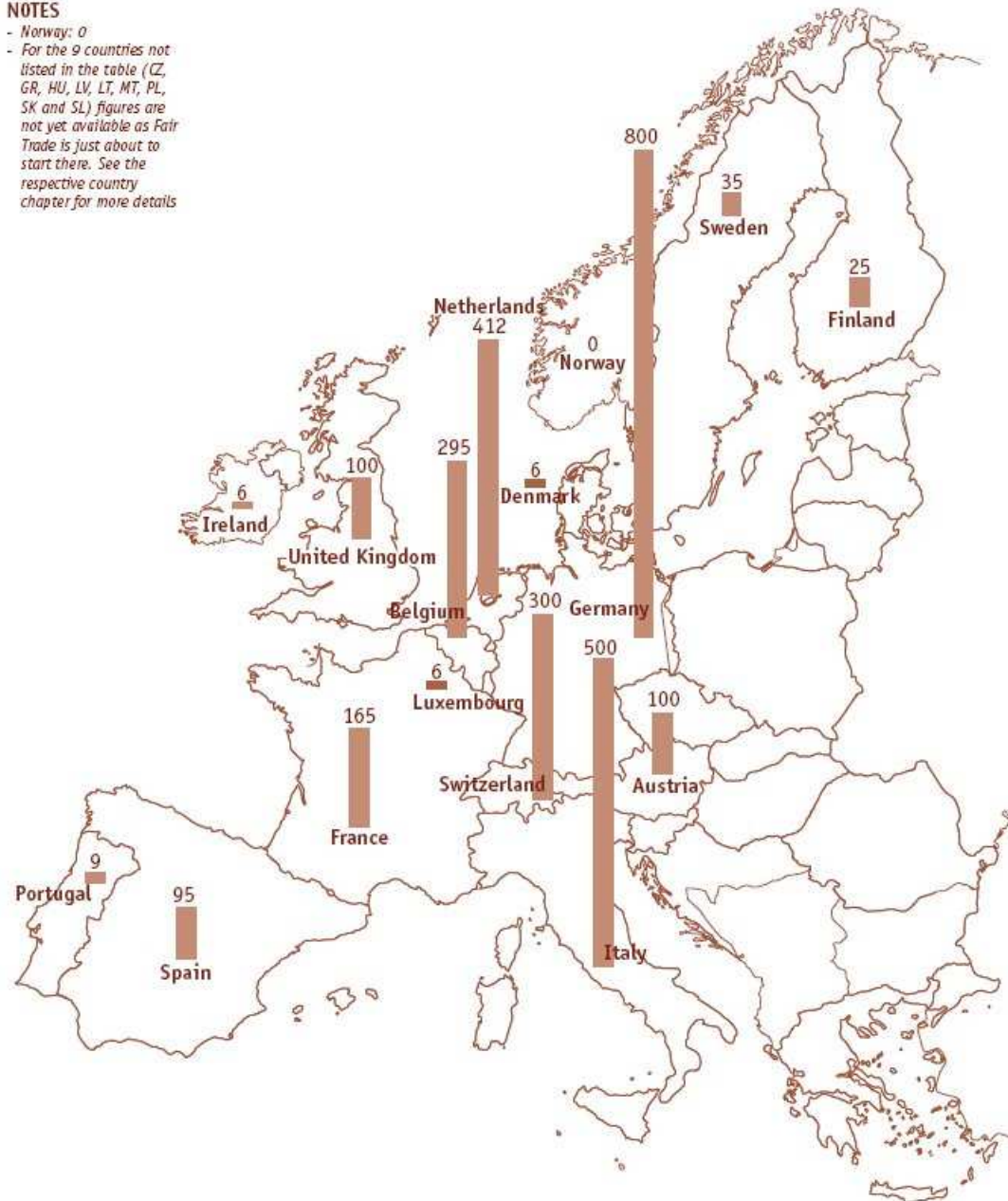
	net retail value in 000€	per capita in euros
United Kingdom	206,289	3.46
Switzerland	136,028	18.47
France	69,000	1.15
Germany	58,000	0.70
The Netherlands	35,000	2.15
Belgium	20,000	1.92
Italy	20,000	0.35
Austria	15,781	1.94
Denmark	12,000	2.22
Finland	7,700	1.48
Sweden	5,480	0.61
Ireland	5,000	1.24
Norway	4,540	0.99
Luxembourg	2,000	4.43
TOTAL	596,818	1.51



## A: NUMBER OF WORLDSHOPS (OCTOBER 2005)

### NOTES

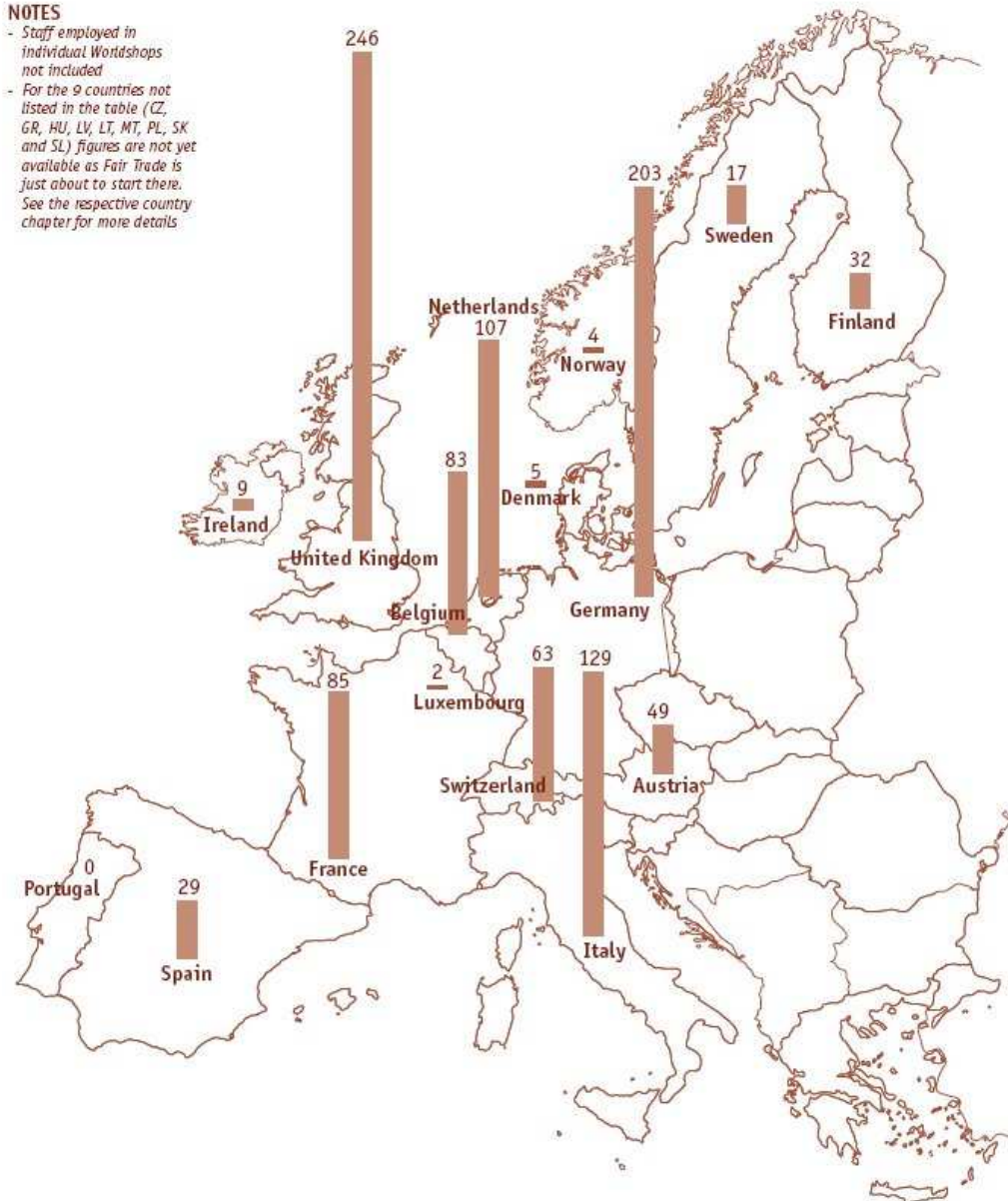
- Norway: 0
- For the 9 countries not listed in the table (CZ, GR, HU, LV, LT, MT, PL, SK and SL) figures are not yet available as Fair Trade is just about to start there. See the respective country chapter for more details



## C: PAID STAFF IN FAIR TRADE ORGANISATIONS (FULL-TIME EQUIVALENTS - OCTOBER 2005)

### NOTES

- Staff employed in Individual Worldshops not included
- For the 9 countries not listed in the table (CZ, GR, HU, LV, LT, MT, PL, SK and SL) figures are not yet available as Fair Trade is just about to start there. See the respective country chapter for more details





## Fairer Handel außerhalb Europas

---

USA, Kanada, Japan, Australien &  
Neuseeland:

ebenfalls sehr starkes Wachstum in  
den letzten Jahren

FairTrade-Umsätze 2003: 291 Mio US\$  
2004: 376



## Zukünftige Märkte: Mexico, Indien, u.a.

---

Von der Nische zum Mainstream



©

Jean-Marie Krier, fairfutures  
Elisabethstr. 2, 5020 Salzburg  
[www.fairfutures.at](http://www.fairfutures.at)



Von der Nische zum Mainstream