

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Katedra germanistiky a slavistiky

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

2014

Eliška Praumová

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Bakalářská práce

Ausdrucksmittel der Aufklärungskampagne Fair Trade

Eliška Praumová

Plzeň 2014

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Katedra germanistiky a slavistiky

Studijní program Filologie

Studijní obor Cizí jazyky pro komerční praxi

Kombinace angličtina - němčina

Bakalářská práce

Ausdrucksmittel der Aufklärungskampagne Fair Trade

Eliška Praumová

Vedoucí práce:

Mgr. Andrea Königsmarková

Katedra germanistiky a slavistiky

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2014

Prohlašuji, že jsem práci vypracovala samostatně a použila jsem jen uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, duben 2014

Poděkování

Tímto bych ráda poděkovala vedoucí mé bakalářské práce, Mgr. Andree Königsmarkové, která mi pomohla vést práci správným směrem.

Dále bych chtěla poděkovat mému partnerovi, Štěpánovi Veselému, a rodině za velkou duševní oporu při zpracování mé bakalářské práce i během celého studia.

Děkuji také všem 107 respondentům mého dotazníku, díky nimž se mi podařilo dojít k zajímavým výsledkům a závěrům.

Inhalt

1.	Einleitung	9
2.	Was ist Fair Trade?	11
	2.1. Geschichte des Fair Trades und der Bezeichnung	11
	2.2. Bedeutung des Fair Trades	12
	2.3. Die wichtigsten Grundsätze des Fair Trades	13
	2.3.1. Fairer Preis	13
	2.3.2. Verbot von Kinderarbeit	13
	2.3.3. Menschenwürdige Arbeitsbedingungen	14
	2.3.4. Entwicklung der Gemeinschaft	14
	2.3.5. Ökologische Nachhaltigkeit	14
	2.4. Ziele des Fair Trades	15
3.	Fair-Trade-Bescheinigungen	16
	3.1. FLO	16
	3.2. WFTO	16
	3.2.1. FTO	17
	3.3. FTF	17
	3.4. IMO „Fair for Life“	17
	3.5. UTZ Certified	18
4.	Fair-Trade-Partner	19
5.	Fair-Trade-Produkte	19
	5.1. Fair-Trade-Produkte in der Tschechischen Republik	20
	5.2. Fair-Trade-Produkte in Deutschland	20
	5.3. Fair-Trade-Produkte in Großbritannien	21
	5.4. Eigener Kommentar zu ausgewählten Fair-Trade-Produkten	21

6.	Informationsgrad der tschechischen Kunden über Fair Trade.....	23
	6.1. Fragebogen.....	23
7.	Werbungen über Fair Trade	28
	7.1. Werbungen im Allgemeinen.....	28
	7.2. Werbungen über Fair Trade.....	29
	7.3. Fair-Trade-Förderung durch die Organisation NaZemi	29
	7.4. Nestlé Cocoa Plan.....	30
	7.4.1. Übersetzung der Werbung über Kakao	30
	7.5. Werbungen über Fair Trade.....	33
	7.6. Fair-Trade-Webseite	34
	7.6.1. Tschechische Webseite über Fair Trade.....	34
	7.6.2. Deutsche Webseite über Fair Trade	35
	7.7. Verkaufsstellen in der Tschechischen Republik, die Fair-Trade-Produkte anbieten...	37
8.	Aufklärungskampagne von Fair Trade	39
	8.1. Faire Woche	39
	8.1.1. Faire Woche aus der persönlichen Erfahrung	40
	8.1.2. Excellent Plzeň.....	40
	8.2. Internationaler Welt-FAIRTRADE-Tag	41
	8.3. Fair-Trade-Frühstück	41
	8.3.1. Fair Trade Frühstück in der Tschechischen Republik	42
	8.4. Fair-Trade-Kaffee-Tag.....	42
	8.5. Kampagne Fair-Trade-Schools.....	42
	8.6. Kampagne Fair-Trade-Gemeinde / -Kommune	43
	8.7. Fair-Trade-Bananen.....	44
	8.8. Fair Trade Friday 2014	45

9.	Ausdrucksmittel der Fair-Trade-Aufklärungskampagnen	46
	9.1. Farben.....	46
	9.2. Musik	47
	9.3. Emotionalität.....	47
	9.1. Informative Elemente	48
	9.2. Bilder der Armut	48
	9.3. Kinderarbeit.....	49
	9.3.1. Entführung von Kindern für Kinderarbeit.....	51
10.	Analyse der Werbesprache	52
	10.1. Werbesprache	52
	10.2. Wortarten	53
	10.2.1. Substantive und Adjektive	53
	10.3. Slogans	54
	10.3.1. Englische Slogans	54
	10.3.2. Deutsche Slogans	55
	10.3.3. Tschechische Slogans	55
11.	Schlusswort	56

1. Einleitung

Diese Bachelorarbeit wird sich mit „Ausdrucksmitteln der Aufklärungskampagne Fair Trade“ befassen. Dieses Thema wird mit der Absicht ausgewählt, das Bewusstsein der Menschen über Fair Trade in der Tschechischen Republik festzustellen.

Im theoretischen Teil werden die Geschichte des Fair Trades, die wichtigsten Grundsätze, Ziele des Fair Trades und auch speziellen Fair-Trade-Bescheinigungen beschreiben. Hier wird auch einen kurzen Überblick über die Fair-Trade-Partner und Produkte des Fair Trades sein. Die Autorin wird alle Fair-Trade-Kampagnen näher bringen.

Im praktischen Teil werden Ergebnisse eigener Forschung vorstellen. Für diese Bachelorarbeit wurde ein Fragebogen zusammengestellt und die Ergebnisse des Fragebogens werden detailliert analysiert und in die Diagramme aufgezeichnet. Auf Grund einer Umfrage wird das Bewusstsein der Menschen über Fair Trade in der Tschechischen Republik (Region Pilsen) feststellen. Der weitere Teil wird eine detaillierte Auswertung der vier Fair-Trade-Produkte, die auf dem tschechischen Markt gekauft werden können. Ein großer Teil dieser Arbeit wird aus einer vollständigen Analyse der Ausdrucksmittel der Aufklärungskampagne Fair Trade bestehen. Die Autorin wird analysieren z.B. die Farben, Musik, Emotionen, informative Elemente oder auch Bilder der Armut und Kinderarbeit. Einen Bestandteil wird auch die Analyse der Werbesprache bilden. Zu dem praktischen Teil wird auch ein Kommentar zu der ausgewählten Fair-Trade-Werbung gehören. Die tschechischen und deutschen Webseiten werden hier beschrieben z. B. die Struktur und die Gestaltung aber auch

die Funktionsfähigkeit und Möglichkeiten. Die Autorin hat eigene Erfahrungen mit Fair Trade und sie wird hier sie als Bereicherung führen.

Das Ziel dieser Bachelorarbeit ist es, das Bewusstsein der Menschen über Fair Trade in der Tschechischen Republik festzustellen und eine detaillierte Analyse der Fair-Trade-Kampagnen zu bilden.

2. Was ist Fair Trade?

2.1. Geschichte des Fair Trades und der Bezeichnung

Die Herkunft des Fair Trades geht mindestens bis Jahr *1946*. In diesem Jahr begann das Zentrum der Mennoniten-Kirche als Erste, Fair Trade mit benachteiligten Produzenten in den Ländern der Dritten Welt zu entwickeln.

Im Jahr *1949* schuf eine Bruderkirche in den USA den Programm SERRV, um die wirtschaftliche und soziale Wiederbelebung vom Krieg zerstörten Europa zu fördern. Das Erste Produkt in den US-Markt waren Kuckucksuhren aus Deutschland.

Die Nichtregierungsorganisation Oxfam begann im Jahr *1950* in Großbritannien die Produkte der chinesischen Flüchtlinge zu verkaufen. Und im Jahr *1958* wurde das erste Fair-Trade-Fachgeschäft in den USA (Ohio) geöffnet und das erste europäische Fair-Trade-Fachgeschäft (Welthandel) wurde im Jahr *1969* in Breukelen (Niederlande) ausgebaut.

Im Jahr *1973* entstand die erste unabhängige Fair-Trade-Bezeichnung Max Havelaar. Das erste Fair-Trade-Produkt war Kaffee aus Mexiko. An der Wende der 80er und 90er Jahre verbreitet sich die Fair-Trade-Bezeichnung in andere Länder unter dem Namen Max Havelaar (Belgien, Schweiz, Dänemark, Norwegen und Frankreich), unter dem Namen TransFair (Deutschland, Österreich, Luxemburg, Italien, USA, Kanada und Japan) oder unter dem Namen Fair Trade (Großbritannien und Irland).

Im Jahr 1997 wurde FLO (Fairtrade Labelling Organizations International) geschaffen - die Verbindung von der nationalen Niederlassungen Max Havelaar, TransFair und Fair Trade. FLO lässt im Jahr 2002 die Einheitsmarke Fair Trade in allen Ländern an. (NaZemi, 2010)

2.2. Bedeutung des Fair Trades

Der Begriff Fair Trade bedeutet auf Deutsch freien Handel. Nachstehend wird im Text nur Begriff Fair Trade benutzt, weil es ein internationaler Begriff ist, der in der Welt verwendet wird. Im Text wird der Begriff Fair Trade ohne Artikel gebraucht.

Duden führt auch dieser Begriff in Duden online an. Duden definiert dieser Begriff als: "Handel mit Produkten der Dritten Welt zu Bedingungen, die auch aus Sicht der Produzenten als fair und angemessen anzusehen sind". (Duden, 2013)

„Kleinbauern und Angestellte in Entwicklungsländern leben konstant an der Schwelle zur Armut oder darunter. Sie leiden unter schwankenden Rohstoffpreisen, den immer höheren Lebenskosten und den Folgen des oftmals ausbeuterischen lokalen Zwischenhandels. Ein großes Thema ist auch der Klimawandel, verbunden mit der Angst vor Ernteverlusten. Viele Kleinbauern verlassen ihre Felder, weil sie ihre Familien nicht mehr ernähren können und ziehen in die überfüllten Großstädte. Riesige soziale, gesundheitliche und ökologische Probleme sind die Folgen. Kleinbauern sind jedoch wichtige Pfeiler in der Versorgungssicherheit der Entwicklungsländer. Sie produzieren den größten Teil der weltweit benötigten Lebensmittel. Die Förderung

der kleinbäuerlichen Landwirtschaft ist ein zentrales Instrument im Kampf gegen Armut und Hunger.“ (Havelaar-Stiftung, nicht datiert)

Aus diesen Gründen unterstützt Fair Trade diese Kleinbauern. Die Bauern erhalten mit Fair Trade für ihre Produkte einen Preis, der ihnen ermöglicht, die Herstellungskosten zu decken und die Mittel für die bessere Lebensqualität zu erhalten. Ein Instrument ist die Festsetzung eines Mindestpreises. Unter diese Mindestpreise kann nicht der vereinbarte Preis zwischen Bauern und Händlern sinken.

2.3. Die wichtigsten Grundsätze des Fair Trades

Fair Trade beschäftigt sich mit dem Schutz der Bauern in den Entwicklungsländern, mit dem viele weitere Umstände zusammenhängen. Die Absicht des fairen Handels besteht aus folgenden Punkten: *Fairer Preis, Verbot von Kinderarbeit, Menschenwürdige Arbeitsbedingungen, Entwicklung der Gemeinschaft und Ökologische Nachhaltigkeit.* (Hlavní principy fair trade, nicht datiert) Jeder dieser Punkte wird in den folgenden Unterkapiteln beschreibt.

2.3.1. Fairer Preis

Die Züchter erhalten einen Preis für ihre Produkte, der ihnen die Produktionskosten deckt ab und daher erhalten sie die Finanzierung für einen anständigen Lebensunterhalt. (Hlavní principy fair trade, nicht datiert)

2.3.2. Verbot von Kinderarbeit

Die Kinderarbeit, die das Recht auf Bildung und gesunde körperliche und geistige Entwicklung des Kindes untergräbt, ist verboten. (Hlavní principy fair trade, nicht datiert)

2.3.3. Menschenwürdige Arbeitsbedingungen

Die Arbeiter auf den Plantagen, Farmen und andere Unternehmen arbeiten in den würdigen und sicheren Bedingungen. (Hlavní principy fair trade, nicht datiert)

2.3.4. Entwicklung der Gemeinschaft

Die Pflicht der Händler, die von Fair Trade International Standards zertifiziert werden, ist die Auszahlung des Sozialbeitrags (erhöht die Gesamtkosten um etwa 10%) den Erzeugergemeinschaften. Diese zusätzliche Einnahme wird in lokalen Entwicklungsprojekten investiert, vor allem im sozialen Bereich. (Hlavní principy fair trade, nicht datiert)

2.3.5. Ökologische Nachhaltigkeit

Die gesundheitsschädlichen Agrochemikalien und die genetisch veränderten Pflanzen werden aus Fair Trade ausgeschlossen. Die nachhaltigen Anbau- und Produktionsprozesse werden unterstützt, die die Ökosysteme für zukünftige Generationen erhalten, sondern schützt auch die Gesundheit der Bauern und Verbraucher. Die Genossenschaft bietet ihren Mitgliedern (den Bananenerzeugern) die natürlichen Düngemittel und trainiert sie in den Techniken des ökologischen Landbaus, um die Qualität der produzierten Bananen zu verbessern. Die Genossenschaft führte ein Programm der Wiederverwertung von Abfällen aus der Anbau ein und beteiligt sich an Aufforstungsflächen in den Gebieten, die von Erosion bedroht werden. (Hlavní principy fair trade, nicht datiert)

2.4. Ziele des Fair Trades

Fair Trade will die Lebensbedingungen der Produzenten in den Entwicklungsländern verbessern. Für Fair Trade ist auch wichtig, Fair Trade Entwicklungschancen der benachteiligten Produzenten zu fördern und die Kinder bevor Missbrauch zu schützen. Fair Trade teilt den Verbrauchern Informationen über die negativen Auswirkungen des internationalen Handels auf Produzenten mit. Er will ein Modell für Geschäftspartnerschaften schaffen. Ein sehr wichtiger Aspekt des Fair Trades ist es, die Menschenrechten und auch die Umwelt zu schützen. (Hejkrlik, 2004)

3. Fair-Trade-Bescheinigungen

Es gibt so viele Bescheinigungen, die auf den Produkten, die wir kaufen, erscheinen. Es ist wichtig wissen, was sie bedeuten, weil sie meist nur Abkürzungen oder Symbole sind.

3.1. FLO

"Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) ist eine 1997 gegründete Dachorganisation für Fair Trade mit Sitz in Bonn. Sie ist mit anderen international tätigen Dachorganisationen im Netzwerk FINE zusammengeschlossen.

Die Organisation entwickelt eigene Standards für Fair Trade und vergibt über ihre nationalen Siegelorganisationen das Fairtrade-Siegel für Produkte, die gemäß diesen FLO-Standards zertifiziert wurden." (de.Wikipedia , 2011)

Das Symbol von Fair-Trade-Zertifizierung finden Sie in der Anlage als *Bild Nr.1*.

3.2. WFTO

WFTO (World Fair Trade Organisation - ehemals IFAT) ist eine internationale Vereinigung von über 350 Organisationen und Unternehmen, die sich die Fair-Trade-Prinzipien in über 70 verschiedenen Ländern widmen. (Cooperative Coffees, 2006-2010)

Das Symbol von World Fair Trade Organisation befindet sich in der Anlage als *Bild Nr.2*.

3.2.1. FTO

FTO (Fair Trade Organisation) Zeichen kann in einem Handel oder auf Dokumentation sein, aber nicht auf den Produkten. (Cooperative Coffees, 2006-2010)

Das Symbol von FTO finden Sie in der Anlage als *Bild Nr.3*.

3.3. FTF

Die Fair Trade Föderation ist ein Verband von engagierten Fair-Trade-Unternehmen in Nordamerika. Die Mitgliedschaft in FTF kann ein zusätzlicher Indikator für einen Verbraucher sein, dass eine Gesellschaft den Fair Trade unterstützt. (Fair Trade Federation, 2014)

Das Symbol von FTF finden Sie in der Anlage als *Bild Nr.4*.

3.4. IMO „Fair for Life“

"Fair for life" ist eine Marke des Zertifizierungsprogramms von den neutralen Drittenanbietern für soziale Verantwortung und Fair Trade. Das Programm ergänzt die bestehenden Fair-Trade-Zertifizierungssysteme. IMO (Institute for Marketecology) und die Stiftung Swiss Bio erstellen und realisieren gemeinsam "Social & FairTrade Certification Programme" im Jahr 2006 bekannt als "Fair for Life" (Cooperative Coffees, 2006-2010)

Das Symbol von "Fair for life" finden Sie in der Anlage als *Bild Nr.5*.

3.5. UTZ Certified

Dieses Zertifikat ist sehr ähnlich zu dem Fair-Trade-Zertifikat.

„Es ist keine gewöhnliche Abkürzung, sondern stammt aus der Sprache der Maya, dem alten Volk des Kakaoursprungskontinents Südamerika, und bedeutet so viel wie „gut“. UTZ CERTIFIED ist eines der weltweit größten Nachhaltigkeitsprogramme für guten Kaffee, Kakao und Tee. Also ein kleines Wort mit großer Bedeutung.“ (Balisto, 2013)

„UTZ ist ein Programm und Gütesiegel für nachhaltigen Anbau von Agrarprodukten. Das Programm wird seit 2002 von einer gleichnamigen Stiftung mit Hauptsitz in Amsterdam betrieben. Sie unterhält nach eigenen Angaben das größte Labelprogramm für Kaffee weltweit und zertifiziert zudem Tee, Rooibos und Kakao. Voraussetzung für die Zertifizierung ist die Einhaltung eines Verhaltenskodex durch die Landwirte, der soziale Kriterien festlegt und Anforderungen an die Umweltverträglichkeit und effiziente Bewirtschaftung stellt.“ (de.Wikipedia , 2011)

Das Symbol von UTZ Certified finden Sie in der Anlage als *Bild Nr.6*.

4. Fair-Trade-Partner

Mit Fair Trade arbeiten mehr und mehr Hersteller zusammen. Eigene namhafte Hersteller fügen in ihren Angeboten einige Fair-Trade-Produkte ein und damit unterstützen sie Fair Trade so viel. Die Menschen kennen diese Hersteller und glauben ihnen und es ist einfacher für sie die Fair-Trade-Produkte kaufen. Es wurde ein Überblick über Fair-Trade-Partner erstellt und er befindet sich in der Anlage als *Anlage Nr.9*.

5. Fair-Trade-Produkte

Fair Trade bietet verschiedene Arten von Lebensmitteln und Produkten an. Die meisten verkauften Fair-Trade-Produkte sind Kaffee und Tee. Die Fair-Trade-Kaffee-Bohnen und Tee Blätter haben einen einzigartigen Geschmack und weil sie ohne Düngemittel gezüchtet werden, sind sie immer mehr beliebter. Die Menschen kaufen auch oft Fair-Trade-Obst z.B. Fair-Trade-Bananen und. Fair Trade bietet auch viele Arten von Süßigkeiten z.B. Schokolade, Schokoriegel, Gelee, Bonbons, getrocknete Früchte usw. Fair-Trade-Gewürze, Olivenöl, Palmzucker, Honig oder Marmelade haben auch einen außergewöhnlichen Geschmack. Zu den Fair-Trade-Produkten gehören aber nicht nur die Lebensmittel. Es ist möglich z.B. Segeltuchtaschen, verschiedene Arten von Kleidung (Schals, Hüte, Unterhemden, Sweatshirts, Schürzen usw.), Bälle (handgefertigt aus Naturkautschuk), Seifen oder Spielzeuges zu kaufen. (NaZemi, 2010)

5.1. Fair-Trade-Produkte in der Tschechischen Republik

In der Tschechischen Republik ist eine reiche Auswahl an diesen oben genannten Fair-Trade-Produkten und die beliebtesten Fair-Trade-Produkte sind z.B. Kaffee, Schokolade, Kakao, Tee, Marmelade, Kekse, Eis, Rohzucker oder Honig. (Česká televize 1996 – 2014, 2011)

Die Kunden kaufen diese Produkte immer mehr und darum erreicht der Umsatz von Fair-Trade-Produkten im Jahr 2010 im Tschechischen Einzelhandel insgesamt 80 Millionen Euro. Im Jahr 2009 war es „nur“ 50 Millionen Euro. Nach den Ergebnissen der Analyse, die von Fair Trade Assoziation durchgeführt wurde, wächst der Markt mit Fair-Trade-Produkten um 60%. (NaZemi, 2010)

5.2. Fair-Trade-Produkte in Deutschland

In Deutschland sind rund 42.000 Supermärkten, Bioläden, Kaufhäusern, Drogeriemärkten, in den Weltläden sowie Fachgeschäften, die die Produkte mit dem Fair-Trade-Siegel anbieten. (Fairtrade Deutschland, nicht datiert)

„Kaffee, Tee, Kakao, Honig, Bananen, Reis, Wein, Gewürze, Blumen, Textilien – Fair-Trade-Produkte verkaufen sich in Deutschland immer besser. Allein 2011 packten deutsche Verbraucher fair gehandelte Waren im Wert von 400 Millionen Euro in ihre Einkaufskörbe. Laut TransFair e.V. entspricht das einer Steigerung von 18 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Drei Viertel der fair gehandelten Produkte sind bio-zertifiziert – Tendenz steigend.“ (Alumniportal Deutschland, 2011)

„Fairer Kaffee ist besonders beliebt: Der Absatz erhöhte sich gegenüber 2010 um 22 Prozent und liegt bei 8.800 Tonnen. Danach folgen Blumen, Säfte, Bananen und Textilien.“ (Alumniportal Deutschland, 2011)

5.3. Fair-Trade-Produkte in Großbritannien

Es wurde ein Überblick über Top 10 Fair-Trade-Produkte erstellt. Er befindet sich in der Anlage als *Anlage Nr.10*. Diese Übersicht wurde in Großbritannien veröffentlicht, aber es handelt sich um leckerste Fair Trade-Lebensmittel insgesamt.

5.4. Eigener Kommentar zu ausgewählten Fair-Trade-Produkten

Dieses Kapitel beschäftigt sich mit einem eigenen Vergleich von vier ausgewählten Fair-Trade-Produkten, die wir in der Tschechischen Republik kaufen können. Diese Fair-Trade-Produkte werden hier verglichen und kommentiert.

1) Luxury Italian ground coffee rich roast

- Dieser Kaffee ist inspiriert von der italienischen Tradition. Kaffee wurde aus Arabica Bohnen aus Lateinamerika und Afrika hergestellt und in Großbritannien verpackt.
- Sehr schmackhafter Kaffee, mit reiche, vollmundige und luxuriöse Geschmack. Dieser Kaffee wurde in Marks&Spencer gekauft. Es war beunruhigend, dass auf diesem Produkt die Fair-Trade-Informationen von tschechischer Etikette überklebten wurden, auf der nur die Zusammensetzungsinformationen und keine Fair-Trade-Informationen waren. Die Verpackung von diesem Kaffee können Sie auf dem *Bild Nr. 6* sehen.



Bild Nr. 6

2) Fair Trade English Breakfast tea bags

- Die traditionelle Mischung des starken schwarzen Tees aus Kenia und Tansania.
- Dieser Tee hat einen unverwechselbaren und erfrischenden Geschmack. Auf der Teedose, die Sie auf dem *Bild Nr. 7* sehen können, sind die Produktinformationen und auch



Bild Nr. 7

die Informationen über Fair Trade. Diese beiden Informationen werden auch auf dem tschechischen Label übersetzt. Es fehlt auch nicht ein Foto und Informationen über die Züchterin aus der Fair-Trade-Organisation Ndima *Joyce Nyaguthi*, die diese Teeblätter sammelte.

3) Fair Trade Juice Multivitamin Fair, Pfanner

- Multivitamin Mehrfruchtnektar aus Mehrfruchtsaftkonzentrat und Fruchtmark, angereichert mit 8 Vitaminen und Provitamin A.
- Dieser Saft schmeckt sehr ähnlich wie andere Säfte mit gleichem Aroma, aber es ist natürlich hochwertiger und hat ein großer Anteil des Fruchtsaftes.

4) Cotton Buds aus Bio-Baumwolle, Bocoton

- Cotton Buds werden aus 100% Fair-Trade-Bio-Baumwolle hergestellt und sind günstig zur Reinigung der Ohren für Erwachsene und Kinder. Die Stäbchen werden speziell entworfen, um eine Beschädigung der Innenohrs und Gehörgangs zu vermeiden. Diese Baumwolle wird nicht gentechnisch verändert und ohne chemisch-synthetische Pestizide angebaut. Chlorfrei gebleichte Baumwolle ist besser für mehr Reinheit und Sanftheit.
- Sie sind sehr komfortabel und hochwertige. Sie sind auch für Allergiker geeignet. Jede Packung enthält zweihundert Stücke und so der Preis ist nicht so verfügbar.

6. Informationsgrad der tschechischen Kunden über Fair Trade

Nach Marktforschung der Gesellschaft NaZemi und der Agentur IPSOS (die Forschungsagentur) sind Klasa, Bio und Fair Trade zwischen Tschechen berühmteste Ursprungszeugnisse von Waren. (NaZemi, 2010)

6.1. Fragebogen

Für diese Arbeit wurde ein Fragebogen über Fair Trade erstellt, um einen Überblick über das Bewusstsein der Menschen über Fair Trade festzustellen. Dieser Fragebogen wurde hundert sieben Personen in der Tschechischen Republik (im Pilsner Bezirk) vorgelegt. Die Zielgruppe für diesen Fragebogen waren Verbraucher von 15 bis 40 Jahren. Der Fragebogen wurde von siebenundneunzig Frauen und zehn Männern beantwortet. Die ausgefüllten Fragebogen wurden in den folgenden Diagrammen bewertet.

1) Interessieren Sie sich für den Preis der Produkte, die Sie kaufen?

Auf diese Frage antworteten positiv von 93% (99 Personen) der Befragten. Dieses Ergebnis wurde erwartet. Der Preis ist für viele Leute einer der wichtigsten Aspekte beim Kauf des Produkts. Siehe *Diagramm Nummer 1*.

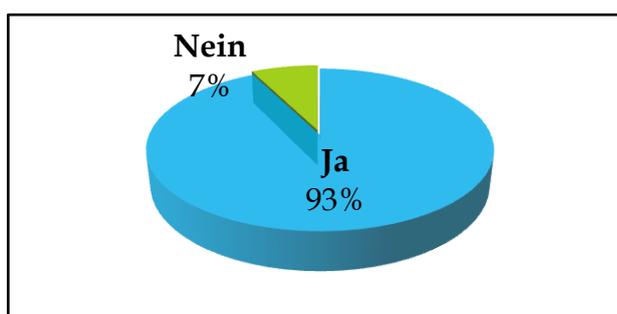


Diagramm Nr. 1

2) Interessieren Sie sich für die Qualität der Produkte, die Sie kaufen?

Dieses Ergebnis war auch nicht allzu überraschend. Die Qualität ist ein sehr wichtiger Gesichtspunkt für die Produktauswahl. Diese Frage wurde von 98 Personen mit JA beantwortet und 9 Personen sagten NEIN. Siehe *Diagramm Nummer 2*.

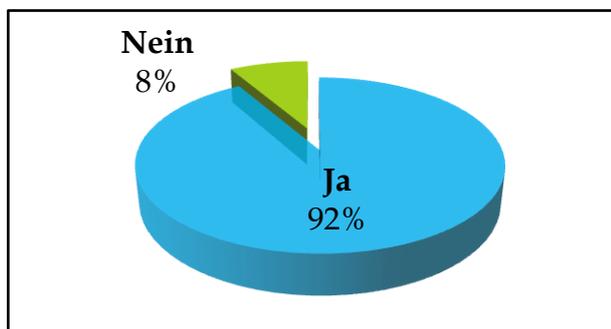


Diagramm Nr. 2

3) Interessieren Sie sich für die Herkunft der Produkte, die Sie kaufen?

Diese Frage brachte einige interessante Reaktionen. Fast die Hälfte der Befragten kennt nicht die Herkunft der Lebensmittel, die sie essen.

Die Herkunft der Produkte sollte wichtig sein. Manchmal zahlen wir einen höheren Preis, weil wir die Lebensmittel aus Ausland kaufen, obwohl diese Lebensmittel in der Tschechischen Republik angebaut werden (z.B. Äpfel, Birnen, Knoblauch usw.). Diese Lebensmittel werden sinnlos um die Welt transportiert.

Und falls der tschechische Verbraucher schon einen bestimmten Markt unterstützen will, sollte das entweder der tschechische Markt oder einer der Märkte in Entwicklungsländern sein. Siehe *Diagramm Nummer 3*.

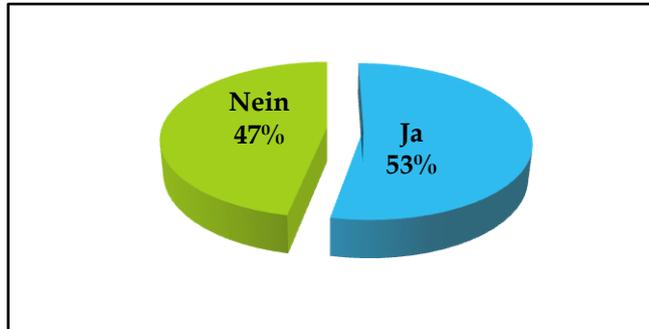


Diagramm Nr. 3

Bei den Fair-Trade-Produkten wird die Herkunft der Ware immer auf der Verpackung bezeichnet. Dazu gibt es in der Regel auch das Foto der Züchter und die Informationen über sie. Bei den Fair-Trade-Produkten wissen wir mehr Informationen über die gekaufte Ware.

4) Haben Sie schon über Fair Trade gehört?

Diese Frage wurde von 60 Personen (56%) positiv und von 47 Personen (44%) negativ beantwortet. Mehr als die Hälfte von Befragten über Fair Trades hörten und dieses Ergebnis legt nahe, dass das Bewusstsein der Menschen in der Tschechischen Republik über Fair Trade wächst und die Menschen haben Zugang zu Informationen über Fair Trade. Siehe *Diagramm Nummer 4*.

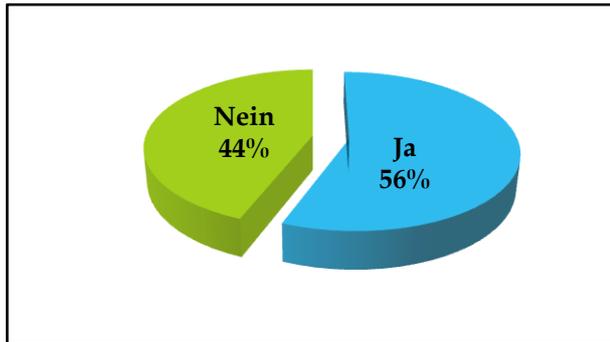


Diagramm Nr. 4

5) Wissen Sie, was Fair Trade ist?

Die Hälfte der gesamten Befragten wusste, was Fair Trade ist. Dieses Ergebnis ist aber leider nicht korrekt. Wenn diese Befragten wurden zur Erklärung des Fair-Trade-Begriffs aufgefordert, viele von Ihnen sagten, dass Fair Trade die gleiche Bedeutung wie BIO hat.

Diese Reaktion zeigt, dass die Leute über Fair Trade informiert werden, aber sie wissen nicht genug Informationen über diese Fair-Trade-Bewegung. Es ist die Folge einer unzureichenden Förderung des Fair Trades in der Tschechischen Republik in den Massenmedien wie z.B. Fernsehwerbungen, Werbungen im Radio oder die Werbung von Fair-Trade-Produkten direkt in den Supermärkten. Siehe *Diagramm Nummer 5*.

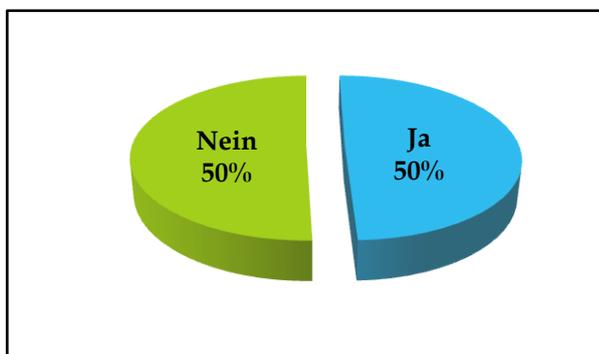


Diagramm Nr. 5

6) Kennen Sie einige Fair-Trade-Produkte? Welche?

Das Ergebnis dieser Frage war sehr interessant. In einigen Antworten erschienen einige Fair-Trade-Produkte, die nicht sehr bekannt sind. Die Mehrheit der Befragten wusste keine Antwort. Die Befragten, die einige Fair-Trade-Produkte kannten, sie schrieben immer mehr als zwei Produkte. Daraus folgt, dass wenn die Menschen die Fair-Trade-Produkte kaufen, sie haben einen Gesamtüberblick über Fair-Trade-Produkte.

Die häufigsten Antworten waren Fair-Trade-Produkte wie z.B. Kaffee, Tee und Süßigkeiten (Schokolade, Schokoriegel – z.B. KitKat, verschiedene Sorten von getrockneten exotischen Früchten usw.). Eigene der Befragten kannten Zucker, Obst, Gemüse oder Honig und jemand nannte Nüsse, Öl, Eis und Reis.

7) Haben Sie schon einige Fair-Trade-Produkte gekauft?

Es war eine angenehme Feststellung, dass mehr als ein Drittel der Befragten sich für Fair-Trade-Produkte interessieren. Insgesamt fünfundzwanzig Befragte kauften bereits ein Fair-Trade-Produkt und fünfzehn Befragte möchten das Fair-Trade-Produkt kaufen.

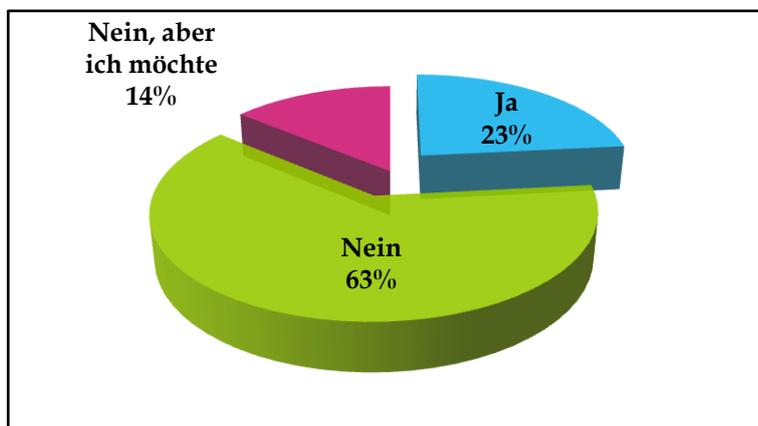


Diagramm Nr. 6

8) Wissen Sie, wo man die Fair-Trade-Produkte kaufen kann?

Diese Frage wurde nur von fünf Befragten beantwortet, doch diese fünf Befragten kannten zu viele Orte, wo man diese Produkte kaufen kann. Sie alle nannten: Cross Café und DM-Drogerie. Andere Antworten waren z.B. Tchibo, Interspar, Kaufland oder Tesco. In einer Reaktion erschien es: in Deutschland überall. Es zeigt, dass in Deutschland bessere Förderung des Fair Trades als in der Tschechischen Republik ist.

7. Werbungen über Fair Trade

7.1. Werbungen im Allgemeinen

Die Werbung ist die gezielte Ansprache des Käufers, auf welchen eine spezifische Mitteilung gerichtet wird. Es ist ein untrennbarer Bestandteil vom Marketing-Mix = 4P: **product** (*Produktpolitik*)

price (*Preispolitik*)

place (*Distributionspolitik*)

promotion (*Kommunikationspolitik*)

Die Werbung ist eine bezahlte nicht-persönliche Form der Kommunikation zwischen dem Kunden und dem Händler. Der Vermittler der Werbung sind die Massenmedien. Das Ziel der Werbung ist, den Käufer zum Kauf zu bewegen. (Kabinet Informačních studií a knihovnictví, 2008)

7.2. Werbungen über Fair Trade

Fair Trade wird vor allem von den Werbekampagnen oder Webseiten gefördert. Es wird weniger durch die Fernsehwerbungen oder Werbetafeln unterstützt. In der Tschechischen Republik wurde keine Fernsehwerbung über Fair Trade gesendet.

7.3. Fair-Trade-Förderung durch die Organisation NaZemi

An der Unterstützung von Fair Trade in der Tschechischen Republik beteiligt am meistens die Bewegung *NaZemi*.

- Sie machen einen guten Namen für Fair Trade in den Medien, kulturellen und öffentlichen Informationsveranstaltungen in der Tschechischen Republik.
- Sie koordinieren Feier des Welttages für Fair Trade. Sie konsultieren Marketingkommunikation der Fair-Trade-Waren und das Fair-Trade-Konzept zu den Importeuren und Händlern.
- Sie erstellen und verteilen Informationsmaterial über Fair Trade und veröffentlichen das Mitteilungsblatt NaZemi.
- Sie beobachten die Situation auf dem tschechischen Markt für Fair-Trade-Waren.
- Sie organisieren die Vorträge, die Seminare und die Workshops über Fair Trade
- Sie koordinieren ein Netzwerk von Freiwilligen und lokalen Gruppen, die Bildungsaktivitäten und die Geschäfte NaZemi in verschiedenen Regionen des Landes gewährleisten

- Sie kooperieren mit anderen nationalen und internationalen Organisationen mit ähnlichen Zielen für die Organisation von Kampagnen Fair Trade. (NaZemi, 2010)

Im Jahr 2009 hatte die Webseite www.nazemi.cz, die in der Tschechischen Republik als primäre Quelle für Informationen über Fair Trade, die durchschnittliche monatliche Besucherzahl von über 12 500. In den Medien erschienen mehr als 50 Berichte über Fair Trade (diese Zahl beinhaltet nur die Printmedien, die Radios und das Fernsehen, keine Internet-Beiträge). Sie realisierte über 50 Informationsveranstaltungen - Informationsstände, Vorträge, Diskussionen etc. (NaZemi, 2010)

7.4. Nestlé Cocoa Plan

Nestlé arbeitet auch mit Fair Trade zusammen, um für Bauern einen fairen Preis auszuhandeln und in langfristige Gemeinde- und Unternehmensprojekte zu investieren. (Nestlé, nicht datiert)

7.4.1. Übersetzung der Werbung über Kakao

Nestlé schuf einen Videospot über Kakao und dieser Videospot heißt: *10 Dinge, die Sie noch nicht über Kakao wussten*. Denn es enthält sehr interessante und wichtige Informationen zu diesem Thema, wird es hier diesen Videospot transkribiert und übersetzt, denn viele Fachbegriffe zum Thema befinden sich hier.

- Kakao wächst auf einem Baum.

Kakaobohnen wachsen in Schoten auf Bäumen. Von diesen müssen sie erst gepflückt werden, bevor man sie zu köstlicher Schokolade verarbeiten kann.

Übersetzung: Kakao roste na stromě.

Kakaové boby rostou v luscích na stromech. Ty musí být nejdříve utrhnuty, než z nich lze vyrobit lahodnou čokoládu.

- Botanisch heißt der Kakaobaum **Theobroma cacao**.

Das ist Griechisch und bedeutet: Kakao ist köstlich/ Goldschote/ Naschkatze/ Götternahrung.

*Übersetzung: Botanický název kakaovníku je **Theobroma cacao**.*

Název je řeckého původu a znamená: kakao je vynikající/ zlatý lusk/ mlsný jazýček/ jídlo bohů.

- Der Hauptanteil des weltweit angebauten Kakaos stammt aus Westafrika. Mehr als die Hälfte des weltweit angebauten Kakaos stammt aus Côte d'Ivoire (39%) und Ghana (19%).

Übersetzung: Největší podíl vypěstovaného kakaa ve světě pochází ze západní Afriky. Více než polovina světového kakaa pochází z Pobřeží slonoviny (39%) a Ghany (19%).

- Fast der gesamte Kakao wird in kleinen Familienbetrieben mit weniger als 4 Hektaren Land angebaut. Diese Betriebe werden heute noch beinahe genauso geführt wie vor 100 Jahren.

Übersetzung: Téměř veškeré kakaové boby se pěstují v malých rodinných farmách, které mají plochu půdy i méně než 4 hektary. Tyto farmy jsou vedeny stále stejně, jako před 100 lety.

- Um Schokoladentafeln herzustellen, müssen die Kakaobohnen zunächst angebaut, geerntet, fermentiert, getrocknet und zu Schokolade verarbeitet werden.

Übersetzung: K výrobě čokolády, musí být kakaové boby nejprve vypěstovány, sklizeny, fermentovány, dále vysušeny a nakonec je z nich vyrobená čokoláda.

- Ein gesunder Kakaobaum = 40 Kakaoschoten = 50 Tafeln Schokolade.

Übersetzung: Jeden zdravý kakaovník = 40 kakaových lusků = 50 tabulek čokolády.

- Es gibt aber immer weniger Kakaokulturen. Ca. 30% der Ernte gehen aufgrund von Pflanzenkrankheiten verloren.

Übersetzung: To ale přináší následky, v podobě vymírání kakaových plodin. Přibližně 30% úrody je zničeno kvůli chorobám rostlin.

- Jahr 2009 - offizielle Einführung des Nestlé Cocoa Plan. Um den Kakaobauern zu helfen, wird Nestlé innerhalb der nächsten 10 Jahre 110 Millionen Schweizer Franken investieren. Bis Jahr 2016 will Nestlé von 42 Schulen bauen. Bis Jahr 2020 -

Verteilung von 12 Millionen ertragreicheren und krankheitsresistenteren Kakaopflanzen.

Übersetzung: V roce 2009 vznikla organizace Nestlé Cocoa Plan. Pro pomoc pěstovatelům kaka, chce Nestlé investovat v průběhu příštích deseti let 110 milionů švýcarských franků. Do roku 2016 chce Nestlé postavit 42 škol. Do roku 2020 chce distribuovat 12 milionů kakaových rostlin, které budou finančně výnosné a odolné vůči chorobám. (YouTube.cz, 2014)

7.5. Werbungen über Fair Trade

In der Tschechischen Republik wurde leider keine Fernsehwerbung über Fair Trade gesandt.

In Deutschland ist die Situation besser. In Deutschland wurden einige Fernsehwerbungen über Fair Trades gesandt. Es folgt eine Beispielanalyse der deutschen Werbung.

Die gewählte Fair-Trade-Werbung heißt **Die Fairtrade Geschichte**. Am Anfang dieser Werbung ist ein kleiner Junge wahrscheinlich aus Afrika, der in der Schule ist und ein Buch mit der Überschrift FAIRTRADE GESCHICHTE hat. Dieser kleine Junge erzählt hier über die Geschichte des Fair Trades. Eine andere Stimme ist eine weibliche Stimme und sie erzählt darüber, wie wir die Entscheidungen ändern können. Am Ende der Werbung zeichnet der Junge an die Tafel das Fair-Trade-Symbol. Diese Anzeige wurde von der Autorin dieser Arbeit im Text überschrieben und diese Umschrift können Sie in der *Anlage Nr.11* finden.

7.6. Fair-Trade-Webseite

Fast jeder Staat, der sich in Fair Trade engagiert, hat eine eigene Fair-Trade-Webseite. Auf allen diesen Webseiten erscheinen die Basisinformationen über Fair Trade und auch die Aktualitäten. Einige Webseiten bieten die Möglichkeit, auf eine andere Sprache umzuschalten. In den folgenden Kapiteln werde ich mich nur mit den tschechischen und deutschen Fair-Trade-Webseiten beschäftigen.

7.6.1. Tschechische Webseite über Fair Trade

In diesem Kapitel wird im Detail die tschechische Webseite über Fair Trade analysiert.

Diese Webseite ist einfach (vielleicht zu einfach) und klar, aber übersichtlich. Das ist wichtig, wenn der Besucher bestimmte Informationen über Fair Trade sucht. Der Hintergrund der Webseite ist weiß mit einem grünen Rand und die Abschnittsüberschriften sind hellbraun (die Webseite ist in natürlichen Farben). Man kann hier alle wichtigen Informationen finden, wie z.B:

- **Was ist Fair Trade** - mit folgenden Sektionen: die Neuigkeiten, die Basisinformationen, die Mythen über Fair Trade, die Fair-Trade-Waren, die Fair-Trade-Hersteller, die Verkaufsstelle, die Links und die Sehenswürdigkeiten.
- **Fair Trade Unterstützung** enthält Sektionen über Fair-Trade-Frühstück, Bananen für Fair Trade, Fair-Trade-Städte, Veranstaltungskalender, Unterstützen Sie unsere Arbeit und Materialien.
- In der Sektion **Für Medien** befinden sich die Pressemitteilungen und die Kontakte für die Medien.

- Die nächste Sektion ist **Über uns**. Hier sind die Informationen über Nichtregierungsorganisation "NaZemi", die Kontakten und unterstützen Sie uns.
- Die letzte Sektion ist **Geschäfte "NaZemi"**.

Diese Webseite bietet die Möglichkeit, auf eine andere Sprache umzuschalten. Es gibt eine Auswahl von Deutsch, Englisch und Französisch, aber diese Funktion arbeitet nicht und es ist schade. Wenn jemand unsere Webseite über Fair Trade sehen will, kann er sie nur tschechisch lesen. Jeder kann die offizielle Fair Trade Webseite öffnen, aber wenn er Fair Trade in der Tschechischen Republik unterstützen würde, es wäre schwer für ihn. Es ist großer Minus und es ist noch Raum für Verbesserungen. Es ist möglich zu dieser Webseite auch auf Facebook oder Twitter beizutreten.

7.6.2. Deutsche Webseite über Fair Trade

In diesem Kapitel wird im Detail die deutsche Webseite über Fair Trade analysiert. Diese Webseite ist sehr klar und hat schöne Ausstattung. Der Hintergrund der Webseite ist weiß und die Abschnittsüberschriften sind unterschiedlich in verschiedenen Farben. Diese Webseite enthält auch ein großes Schild von Fair Trade. Der Besucher kann hier alle wichtigen Informationen finden, wie z.B:

- auf der Titelseite befinden sich die aktuellen Daten und Informationen
- In der Sektion **Über Fairtrade** erfahren wir: was macht TransFair, was ist Fair Trade, welche Fair-Trade-Standards haben wir, Inspektion und Zertifizierung von Fair Trade, Fair-Trade-Partner-Firmen, Fair Trade weltweit usw.

- Die zweite Sektion heißt **Produzenten**. Es handelt sich um die Produzenten-Netzwerke aus Afrika, Asien, der Karabik und Lateinamerika. Es gibt auch eine Liste aller Fair-Trade-Produkte mit Herkunftsinformationen.
- Nächste Sektion heißt **Produkte**. Hier finden Sie auf einen Blick eine Übersicht der in Deutschland erhältlichen Fair-Trade-Produkte und Informationen darüber, wo man diese kaufen kann.
- Ein weiterer sehr wichtiger Bereich ist **Mitmachen**. Hier befindet sich alle Informationen über die Möglichkeit der Zusammenarbeit mit Fair Trade und die Informationen über Fair Trade Kampagnen.
- Der letzte Stichpunkt heißt **Für Unternehmen**. In diesem Abschnitt befinden sich die Ratschläge für Leute, die mit Fair-Trade-Produkte unternehmen wollen. Hier sind auch wichtige Kontakte auf die Geschäftsführung von TransFair.

Im unteren Bereich dieser Website können wir verschiedene Artikel über Fair Trade und Nachrichten finden. Es ist möglich zu dieser Webseite auch auf Facebook oder Twitter beizutreten.

7.7. Verkaufsstellen in der Tschechischen Republik, die Fair-Trade-Produkte anbieten

In der Tschechischen Republik sind viele Geschäftsorte, die Fair-Trade-Produkte anbieten. Die Produkte sind in verschiedenen Großkundengeschäften, aber Sie können die Produkte auch im Einzelhandel, Fair-Trade-Fachgeschäft oder Restaurants und Cafés. Delikomat Unternehmen bietet die Automaten mit Fair-Trade-Kaffee. An der Westböhmischen Universität können die Studenten in der Kantine auch die Fair-Trade-Produkte kaufen. Die Verkaufsstellen mit Fair-Trade-Produkten werden wie folgt geteilt:

a) **Fair-Trade-Fachgeschäfte:**

- *NaZemi* - Dieses Geschäft bietet Lebensmittel, Kosmetik, Schmucksachen, Geschenke und auch Spielzeugwaren. Alle Produkte sind 100% Fair Trade. Dieses Geschäft befindet sich in Prag, Brünn und Olmütz. (Obchod NaZemi, s.r.o., 2012)
- *Jeden svět* - Die Gesellschaft Jeden Svět brachte als erste die Idee und die Umsetzung von Fair Trade in der Tschechischen Republik. Das Geschäft wird auf den Verkauf von Kunsthandwerk, Lebensmittel (Kaffee, Tee, Schokolade, Schokoriegel, Kakao, Zucker oder Quin) spezialisiert. In Prag gibt es zwei Geschäfte. (Obchůdek jednoho světa, 2010)
- *Fair & Bio* - Das Geschäft Fair & Bio in Prag konzentriert sich auf die Fair-Trade-Produkte und Bio-Produkte, insbesondere Kaffee, Tee und Kunsthandwerk. (Fair Bio obchod, nicht datiert)

- *Fair Trade Centrum* - In diesem Geschäft finden Sie verschiedene Arten von Lebensmitteln: Kaffee, Tee, Honig, Gewürze, Öl oder Getränke. (s.r.o., nicht datiert)

b) Großkundengeschäfte:

In der Tschechischen Republik gibt es fünf Großhändler von Fair Trade. Der einzige - Mamacoffee - kauft direkt von Produzenten (Kaffee, Tee, Zuckerrohr). Sie rösten die Kaffeebohnen in einer zertifizierten Rösterei in der Nähe von. Weitere Großkundengeschäfte von Fair-Trade-Produkte sind:

- *Ekumenická akademie Praha*
- *Fairově*
- *Excellent Plzeň*
- *Fair Trade Centrum*

c) Einzelhändler:

Die Fair-Trade-Produkte können in den meisten Bio-Läden gekauft werden. Die Fair-Trade-Produkte haben im Angebot schon fast alle Einzelhandelsketten. Nur Kaufland verwendet nicht die tschechischen Großkundengeschäfte und kauft durch seine deutsche Zentrale direkt beim Fair-Trade-Importeur (deutsch GEPA). Interspar war der Erste, der in seinem Angebot Fair-Trade-Bio-Bananen vorstellt. Die Einzelhändler von Fair-Trade-Produkte in der Tschechischen Republik sind:

- *Kaufland*

- *DM drogerie*
- *Tesco*
- *Makro*
- *Globus*
- *Interspar* (Seznam prodejců fair trade, nicht datiert)

8. Aufklärungskampagne von Fair Trade

Duden bezeichnet die Aufklärungskampagne als: „Propagandaaktion zur Aufklärung über bestimmte Fragen.“ (Duden, 2013)

In diesem Teil werden insgesamt 8 Aufklärungskampagne von Fair Trade zergliedert: Faire Woche, Internationaler Welt-FAIRTRADE-Tag, Fair-Trade-Frühstück, Fair-Trade-Kaffee-Tag, Fair-Trade-Schools, Fair-Trade-Gemeinde, Fair-Trade-Bananen und Fair Trade Friday.

8.1. Faire Woche

„Die Faire Woche ist eine vom Forum Fairer Handel organisierte Aktionswoche zur Förderung des fairen Handels...“ (de.Wikipedia , 2011)

Die Faire Woche findet jedes Jahr in vielen Staaten und in vielen Städten immer im Mai statt. Während dieser Woche feiert man Fair Trade und es gibt verschiedene Fair-Trade-Veranstaltungen oder Kampagnen wie z.B. Welt-Fair-Trade-Tag, Fair Trade Frühstück, Fair-Trade-Kaffee-Tag, Fair-Trade-Bananen usw. Einige Schulen oder Organisationen schaffen in dieser Woche die Fair-Trade-Verkaufsstände, wo die Fair-Trade-Produkte angeboten werden.

8.1.1. Faire Woche aus der persönlichen Erfahrung

Als die Autorin an der Hotelfachschule, U Borského parku 3 in Pilsen studierte, entschied sie sich mit ihren Mitschülern und mit der Lehrerin Dana Líblová für den Anschluss zur Faire Woche. Diese Gruppe der fünf Personen kontaktierte die Organisation Excellent Plzeň, die die Fair-Trade-Waren bietet. Es wurde einen Verkaufs-Fair-Trade-Stand in der Schule für drei Tagen während Faire Woche erstellt. Während dieser drei Tage wurden verschiedene Fair-Trade-Produkte (Schokoladen, Trockenfrüchte, Tee, Kaffee oder Segeltuchtaschen usw.) den Schülern und Lehrern verkauft und der Ertrag wurde auf die Adoption eines kleinen Mädchens aus Äthiopien verwendet. Dieses Mädchen kann dank dieser finanziellen Beihilfe studieren und sie erhielt die Schulsachen.

8.1.2. Excellent Plzeň

Die Ikone dieser Organisation und auch die Ikone für Fair Trade in Pilsen ist Lenka Černá (*Foto Nr.8 in Anlagen*). Sie etablierte die Organisation Excellent Plzeň zusammen mit ihrer Mutter im Jahr 2007. Durch diesen Laden versucht sie die in den afrikanischen Ländern noch normale Kinderarbeit entfernen.

Sie unterbrach die Schule mit seinen 20 Jahren und sie ging nach Uganda als Freiwilliger. Dort unterrichtete sie die Kinder. Sie etablierte die Kinderpatenschaft in diesem afrikanischen Land. Sie schuf in diesem Land eine Reihe von Schulen und das erste tschechisch-ugandische Krankenhaus. (Hernandezová, 2013)

8.2. Internationaler Welt-FAIRTRADE-Tag

Im Jahr 1996 wurde der internationale Weltladentag gegründet. Dieser Tag fördert weltweit den Kampf für faire Regeln für den Handel. (Lebensministerium, 2013)

Der internationale Welt-FAIRTRADE-Tag findet während der Faire Woche statt. Dieses Jahr wird die Faire Woche zwischen dem 6. und 12. Mai stattfinden. Diese Woche bieten verschiedene Fair Trade Organisationen der Öffentlichkeit die Möglichkeit, sich mit der Idee Fair Trade durch Vorträge, Lesungen und andere Veranstaltungen nahe zu bringen.

In der Tschechischen Republik wird dieser Tag seit 5 Jahren gefeiert.

8.3. Fair-Trade-Frühstück

Eine Idee des Fair-Trade-Frühstücks ist sehr einfach. Die Menschen, die Fair Trade unterstützen wollen, treffen sich in ihrer Stadt (im Park, in der Mitte des Platzes, auf der Wiese oder bei dem schlechten Wetter irgendwo unter dem Dach) mit ihren Freunden, Nachbarn oder Familie und sie frühstücken zusammen die Fair-Trade-Produkte oder lokale Lebensmittel. Es ist möglich z.B. einen Kuchen aus Fair-Trade-Kakao und Zucker, Bio-Mehl, Honig von dem lokalen Bienenzüchter und Eier von einem Nachbarn zu backen und Fair-Trade-Tee oder Kaffee in eine Thermosflasche zu kochen.

Tausend Menschen auf der ganzen Welt feiern den Internationalen Welt-FAIRTRADE-Tag und sie anzeigen ihr Interesse an dem Thema des Fair Trades. (Férová snídaně ve vašem městě, nicht datiert)

8.3.1. Fair Trade Frühstück in der Tschechischen Republik

Im Jahr 2012 fand das Fair Trade Frühstück in 57 Städten und Gemeinden statt und trotz des regnerischen Wetters wurde Frühstück von 1 800 Menschen besucht.

Im Jahr 2013 fand das Fair Trade Frühstück sogar in 87 Orten mit 2 800 Besuchern statt.

Im Jahr 2014 am 10.5. finde wieder das Fair-Trade Frühstück statt und ich werde persönlich bei der Organisation des Fair-Trade-Frühstück in Pilsen helfen. Für die Hilfe bei diesem Fair-Trade-Frühstück in Pilsen war notwendig Frau Lucie Müllerová kontaktieren.

8.4. Fair-Trade-Kaffee-Tag

In Deutschland fand der Fair-Trade-Kaffee-Tag im letzten Jahr statt. Das Motto dieser Veranstaltung war „Fair-Trade-Kaffee trinken und dabei die Welt verändern!“. (Fairtrade Deutschland, nicht datiert)

"Der Fair-Trade-Kaffee-Tags am 27.September hatte über 150 000 Teilnehmer. Das freut nicht nur uns, sondern auch die Kaffeebauern der Kooperative Sonomoro in Peru: Für jeden Unterstützer finanziert TransFair einen neuen Kaffeebaum für die Kooperative." (Faire Woche, nicht datiert)

8.5. Kampagne Fair-Trade-Schools

Es ist eine Kampagne von Fair Trade Deutschland. Im Rahmen der Schulkampagne zeichnet TransFair Schulen zu „Fair-Trade-Schools“ aus. Es können sich alle vorliegenden Schulformen bewerben, von der Grundschule bis zum Berufskolleg. Hierfür müssen fünf Kriterien

erfüllt werden. Mit der Auszeichnung werden die Schulen für ihr Engagement im Fairen Handel honoriert und können den Titel für zwei Jahre nach außen tragen. Nach zwei Jahren gibt es eine Überprüfung, ob die fünf Kriterien weiterhin erfüllt werden. Die Kriterien sind:

***Kriterium 1** - Gründung eines Fair-Trade-Schulteams bestehend aus Lehrerinnen, Lehrern, Schülerinnen, Schülern, Eltern sowie weiteren Interessierten*

***Kriterium 2** - Erstellen eines Fair Trade-Kompasses an der Schule, die vom Rektor/der Rektorin unterzeichnet werden muss.*

***Kriterium 3** - Verkauf und Verzehr von fair gehandelten Produkten an der Schule.*

***Kriterium 4** - In mindestens zwei verschiedenen Klassenstufen/Jahrgängen muss in mindestens zwei unterschiedlichen Fächern Fair Trade im Unterricht behandelt werden.*

***Kriterium 5** - Mindestens einmal im Schuljahr muss es eine Schulaktion zum Thema Fair Trade geben. (Kampagne Fairtrade Schools, nicht datiert)*

Deutschland wurde ein Video für diese Kampagne erstellt und diese Transkription wird in die Anlagen als die *Anlage Nr.12* eingefügt.

8.6. Kampagne Fair-Trade-Gemeinde / -Kommune

Fair-Trade-Gemeinde ist eine einzigartige Bewegung von engagierten Personen in 18 verschiedenen Ländern. Unter einer Fair-Trade-Gemeinde/-Kommune versteht man jede Gemeinde und Kommune, in der die Bürgerinnen und ortsansässigen Organisationen durch ihre täglichen Kaufentscheidungen den Absatz von Fair-Trade-Produkten erhöhen und damit zur Verbesserung der Lebenssituation

der Kleinbauern, -bäuerinnen und Arbeiterinnen in den Ländern des Südens beitragen. (Fairtrade Towns, 2007)

8.7. Fair-Trade-Bananen

Der Bananenhandel ist in den meisten Fällen für das menschliche Leid und die kontaminierte Umwelt verantwortlich. Aber das will die internationale Kampagne ändern, die als Fair-Trade-Bananen bekannt ist.

Dank den Non-Profit-Organisation „Společnost pro Fair Trade“ (auf Deutsch: Gesellschaft für Fair Trade) wurde in der Tschechischen Republik am 18. November 2010 auch diese Kampagne gestartet.

Die Bananen sind die zweithäufigste chemisch behandelte Industriepflanze der Welt und auch die meistverkaufte Industriepflanze in Europa (fast 5 Millionen Tonnen Bananen pro Jahr). Sie werden meist in den Entwicklungsländern in den Plantagen gezüchtet, wo die Arbeits- und Menschenrechte der Arbeitnehmer verletzt werden. Die Agrochemikalien verpesten die Erde und Wasserressourcen und die Arbeitnehmer haben keine Schutzausrüstung. Die Kampagne zielt auf die alarmierende Situation von den Millionen Menschen, die die Bananen für uns züchten, und will der Vergiftung von Ökosystemen verhindern. (NaZemi, 2010)

Die besten Ergebnisse aus dem Verkauf von Fair-Trade-Bananen hat Großbritannien. Die Bananen sind hier die beliebtesten und meistverkauften Früchte. Großbritannien hat den fünften Platz in der Welt im Volumen der importierten Bananen. Jede 4. Banane, die in Großbritannien verkauft wird, ist eine Fair-Trade-Banane. (Za férové banány!, 2010)

8.8. Fair Trade Friday 2014

Fair Trade Friday 2014 ist eine Kampagne, die in diesem Jahr in der Schweiz stattfindet. Diese Kampagne wurde durch Max Havelaar angeführt und es funktioniert so, dass jeden Monat am Freitag auf Facebook-Webseiten von dieser Kampagne die neue Informationen über Züchter und Fair-Trade-Produkte erscheinen. (Fairtrade Max Havelaar, nicht datiert)

„Max Havelaar zeigt euch in diesem Jahr was oder wer hinter den Produkten steckt und wie ihr bei eurem täglichen Einkauf dazu beitragen könnt die Lebensbedingungen von Kleinbäuerinnen und Arbeitern in Entwicklungs- und Schwellenländern zu verbessern.“
(Fairtrade Max Havelaar, nicht datiert)

9. Ausdrucksmittel

der Fair-Trade-Aufklärungskampagnen

In diesem Kapitel wird die Fair-Trade-Aufklärungskampagnen im Hinblick auf den Farben, Musik, Emotionen und sozialen Aspekten analysiert.

9.1. Farben

Die häufigsten Farben für Fair Trade sind Grün und Blau. Die Kombination dieser beiden Farben befindet sich im offiziellen Zeichen für Fair Trade. Diese zwei Farben vertreten wahrscheinlich die Farben, die die Züchter jeden Tag sehen. Die grüne Farbe repräsentiert die Pflanzen und die blaue Farbe repräsentiert den schönen blauen Himmel.

Die grüne Farbe stellt bei den Rezipienten dann etwas gesund oder Bio. Grün ist die Farbe der Natur, der Ausgeglichenheit, der Zufriedenheit und der Hoffnung. Sie hat eine beruhigende Wirkung. (de.Wikipedia , 2011)

Die blaue Farbe gehört zu den kalten Farben und symbolisiert das Meer oder den Himmel. Hellblau erinnert die Unendlichkeit des Himmels und bringt die Inspiration und ein Gefühl von Freiheit. (de.Wikipedia , 2011)

Die Kombination dieser beiden Farben lösen bei den Rezipienten die angenehmen Gefühle aus.

9.2. Musik

Das Gehör ist der empfindlichste menschliche Sinn und es ist ein wichtiges Instrument für die verbale Kommunikation, soziale Interaktion und es ist wichtig für den Erhalt der Wahrnehmungen zum Gehirn. (ŠMARDA, 2007)

Die Werbung in der Form von verschiedenen Werbe-Spots werden von der Musik begleitet. Die Musik ist ein wichtiger Aspekt für den Ausdruck von den Emotionen. Die Werbemelodien können die Gefühle und die Atmosphäre ausdrücken. Die Menschen erinnern sich an die Werbung dank der Melodie besser.

Fair Trade benutzt vorwiegend positive, beruhigende und manchmal kindliche oder afrikanische Melodien, aber keine Songs (wie z.B. in dem Spot: *Take a Step for Fairtrade* und *Fair Trade: Improving Lives*). Fair Trade verwendet auch das gesprochene Wort mit Begleitung der Melodie. Es gibt viele Fair-Trade-Werbungen, wo die Melodie nicht verwendet wird.

Aber in vielen Werbungen benutzt Fair Trade keine Melodie.

9.3. Emotionalität

Die Emotionen sind der stärkste Aspekt der Werbung. Für Fair Trade sind die Emotionen eine Selbstverständlichkeit. Fair Trade benutzt in der Werbung lieber positive Emotionen. Sie bemühen sich nicht in Fair-Trade-Werbung für jeden Preis die Bilder von Armut oder Kinderprostitution zu zeigen. Diese Werbungen erregen bei den Menschen positive Energie und das Gefühl, dass Fair-Trade-Produkte besser und gesünder sind. Fair Trade sollte natürlich bei den Menschen auch das Mitleid erwecken. Fair Trade bringt

die Menschen zum Nachdenken, ob sie irgendwie anderen Menschen helfen können.

9.1. Informative Elemente

Ein klassisches informatives Grundelement des Fair Trades ist vor allem die offizielle Fair-Trade-Symbol.

Dieses Symbol zeigt eine Person, die ihren Arm oben hat (sie winkt) und sie befindet in einem Kreis, der in zwei Teile durch eine Wellenlinie geteilt wird. Eine Hälfte ist blau (wie der Himmel) und die andere Hälfte ist grün (wie die Pflanzen). Dieses Symbol ist sehr ähnlich dem Symbol Yin und Yang.¹ Dieses Symbol, das sich in dem Fair-Trade-Symbol widerspiegelt wird, zeigt die Unterschiede zwischen den Menschen und zugleich ihre Gleichgewicht. Es trägt die Information, dass sich die Menschen gegenseitig unterstützen müssen.

9.2. Bilder der Armut

„380 Millionen Menschen in Afrika müssen von weniger als 1,25 Dollar am Tag leben. (...) Armut hat viele Gesichter, das hässlichste ist das des Hungers. Circa 240 Mio. Menschen in Afrika leiden an chronischem Hunger, d.h. sie müssen dauerhaft mit weniger als 1800 Kalorien pro Tag auskommen. Hungersnöte, wie sie in 2011 Millionen Menschen in Ostafrika erlebten, machen das Gespenst des Hungers immer wieder mit erschreckenden Bildern für die Weltöffentlichkeit

¹„Das Prinzip von Yin und Yang, das aus dem Taoismus hervorgeht, bildet eine entscheidende Grundlage dieses Gleichgewichts in der Natur, dem Kosmos und natürlich den Menschen. Sie sind zwei sich ergänzende, nicht voneinander trennbare, zueinander im Gleichgewicht stehende und sich ständig verändernde Elemente, die die Voraussetzung für alles Leben sind.“ (Chinasiete, 2007)

sichtbar. Diese Bilder sind aber nur die Spitze des Eisberges und lassen nur bedingt den Blick auf die komplexen Hintergründe zu. (...) Armut und Hunger als schlimmste Form der Armut sind ein Bündel aus Symptomen, Ursachen und Folgen, die ineinandergreifen und abhängig voneinander sind. Viele Kennzeichen von Armut wie Unterernährung, Kindersterblichkeit, geringe Lebenserwartung, Mangel an Bildung und Ausbildung, Krankheiten und Geldmangel sind gleichzeitig oft auch Ursachen von Armut." (Gemeinsam für Afrika, 2013)

Armut ist das größte Problem für Menschen. Dieses Thema ist vor allem ein Problem in den Entwicklungsländern, wie z.B.: Somalia, Äthiopien, Sudan, Sambia, Simbabwe oder Tschad. Dieses Problem betrifft nicht nur die genannten Länder, sondern es ist das Problem für die ganze Welt.

Es ist der Grund, warum in den Fair-Trade-Kampagnen Bilder der Armut für ihre Förderung genutzt werden. Die Wahrnehmung von Armut und Hunger erzeugt in den Rezipienten die Gewissensbisse und durch diese Bilder, können sich die Empfänger besser die Lebensbedingungen dieser armen Menschen vorstellen. Bilder der Armut führt die Rezipienten zu denken und zu entscheiden, ob sie damit etwas tun wollen oder nicht.

9.3. Kinderarbeit

Kinderarbeit ist ein sehr häufiges Ausdrucksmittel der Fair-Trade-Aufklärungskampagnen. Der Anblick auf kleine unschuldige Kinder, die in den lebensbedrohlichen Bedingungen arbeiten, ist nicht schön. Die kleinen Kinder können sich nicht selbst schützen und sie müssen arbeiten, um etwas zum Essen zu bekommen. Wenn die Empfänger

sehen diese verarmten Kinder, die an Hunger und verschiedene Krankheit leiden, diese Empfänger meisten wollen diesen Kindern helfen.

"Fairtrade hilft im Kampf gegen ausbeuterische Kinderarbeit. Eigentlich sollten sie zur Schule gehen und mit ihren Freunden spielen – doch für viele Kinder sieht die Wirklichkeit ganz anders aus. Weltweit jedes siebte Kind ist mit ausbeuterischen Arbeiten konfrontiert, die ihre Gesundheit und Bildung beeinträchtigen. Fairtrade schützt vor ausbeuterische Kinderarbeit durch die Zahlungen von existenzsicherenden Preisen und einer zusätzlichen Prämie an seine Produzenten. Fairtrade schützt vor ausbeuterische Kinderarbeit durch die Zahlungen von existenzsicherenden Preisen und einer zusätzlichen Prämie an seine Produzenten.“ (Fairtrade hilft im Kampf gegen ausbeuterische Kinderarbeit, 2011)

„Nach Schätzungen der Internationalen Arbeitsorganisation (IAO) müssen weltweit mehr als 215 Millionen Kinder zwischen fünf und 17 Jahren regelmäßig mehrere Stunden arbeiten – 115 Millionen unter extrem ausbeuterischen Bedingungen.“ (Internationa Labour Organization, 2014)

„Sie schufteten für einen Hungerlohn oder ganz ohne Bezahlung. Zwei Drittel dieser Kinderarbeiter sind in der Landwirtschaft beschäftigt.“ (Terre des Hommes, nicht datiert)

9.3.1. Entführung von Kindern für Kinderarbeit

Kakao ist einer der am meisten exportierten Lebensmittel aus den Entwicklungsländern und Kakao wird mit der Kinderarbeit verbunden. Aus dem westafrikanischen Gebiet kommen 70% der weltweiten Kakaoproduktion. Mehr als 1,5 Millionen Familienbetriebe in den Staaten Ghana, Elfenbeinküste, Kamerun und Nigeria sind von dem Anbau der Kakaobäume abhängig. Der Anbau von den Kakaobäumen ist aber nicht lukrativ. Die Bauern leben in der Armut und sie müssen die billigsten Arbeitskräfte mieten, oft Kinder, die aus den Nachbarstaaten entführt werden. Nach Interpol-Untersuchung im Jahr 2009 werden sie vor allem aus Mali und Burkina Faso entführen. Die Kinder müssen lange Stunden arbeiten, kommen in Kontakt mit den Pestiziden, gehen täglich mit den Macheten um, tragen schwere Lasten. Laut des US-Arbeitsministeriums arbeiten im Staat Elfenbeinküste fast 40% der Kinder im Alter von 5 bis 14 Jahren und mehr als 109 000 von ihnen arbeiten in der Kakaowirtschaft die schlimmsten Formen der Kinderarbeit und über 10 000 von ihnen sind die Opfer von der Entführung und der Versklavung. (NaZemi, 2010)

10. Analyse der Werbesprache

"Als Werbesprache bezeichnet man alle verbalen und nonverbalen Kommunikationsmittel, die in der Werbung verwendet werden."
(de.Wikipedia , 2011)

In diesem Teil werden die Werbesprache, die Wortarten und auch englische, deutsche und tschechische Slogans analysiert.

10.1. Werbesprache

„Als Werbesprache bezeichnet man alle verbalen und nonverbalen Kommunikationsmittel, die in der Werbung verwendet werden. Damit wird der Kontakt zwischen dem Produzenten und den potentiellen Kunden hergestellt.“ (de.Wikipedia , 2011)

Der Werbetext sollte im Prinzip den Namen, Slogan und eigenen Werbetext enthalten. Einfach und leicht merkender Produktname kann im Kampf für die Kunden helfen. (KŘÍŽEK, 2002) In diesem Sinne hat die größte Macht nur der Name FAIR TRADE.

Die Verwendung von Fremdwörtern ist ein charakteristisches Merkmal der Werbung, der das Erfordernis auf die Aktualität und Modernität erfüllt. (ČMEJRKOVÁ, 2000)

Fair Trade verwendet oft den Name FIAR TRADE in allen Sprachen (der Name wird oft nicht übersetzt), denn ein Wort aus einer anderen Sprache hebt besser im Text ab. Unter dem tschechischen Begriff FÉROVÝ OBCHOD können sich die Leute mehr Bedeutungen (z.B. ein fairer Austausch mit einem Freund) vorstellen. Der Begriff FAIR TRADE ist klar und hat eine klar definierte semantische Bedeutung.

In den Werbungen über Fair Trade wird der Hochsprache verwendet. Es wird kein Dialekt oder Umgangssprache verwendet und hier herrschen positive Adjektive oder die Wörter aus dem Bereich des Umweltschutzes oder der Pflege.

10.2. Wortarten

Fair Trade nutzt für ihre Werbungen vor allem Substantive und Adjektive. Meistens wird in verschiedenen Slogans und Mottos oder Parolen komplett auf die Verben verzichtet weg (z.B. "*Zeit für Veränderung!*"). Falls hier die Verben auftreten, sind es meistens: „*sein, verändern, verbessern, lassen* oder *schaffen*“ (z.B. "*Eine bessere Welt ist möglich*").

10.2.1. Substantive und Adjektive

Mit Fair Trade verbindet man vor allem so viele Adjektive. Diese Adjektive angeben die Substantive. Sie geben ihnen einen höheren Akzent und Gefühl. Das häufigste Adjektiv ist natürlich „*fair*“. *Fair* bedeutet anständig, ehrlich oder korrekt. Weitere gebrauchte Adjektive sind „*besser, gemeinsam* oder *gesünder*“. Fair Trade verwendet sehr oft 1. Steigerungsstufe der Komparation der Adjektive (z.B. "*Eine bessere Welt ist möglich*").

Aus der Analyse geht hervor, dass das am häufigsten verwendete Substantiv „*Handel*“ ist. Die andere auch häufig verwendete Substantive sind: „*Arbeit, Kinderarbeit, Armut, Not, Veränderung, Welt* oder *Lebensqualität*“. Diese Untersuchung wurde auf der Grundlage des Videos, Slogans, Mottos und Werbungen geschafft.

10.3. Slogans

Es gibt so viele Slogans, aber einige sind in English. Daher werde die englischen Slogans ins Deutsche und Tschechische und die deutschen Slogans nur ins Tschechische übersetzt. Es gibt nur ein paar Slogans (oder mehr Passwörter) für Fair Trade und sie werden hier ins Deutsche übersetzt. (Ideen - Slogan - Mottosammlung, nicht datiert)

10.3.1. Englische Slogans

- "Fair Trade, for the planet, for the people."
Ins Deutsche (1): Fair Trade, für den Planeten, für die Menschen.
Ins Tschechische (2): Fair Trade pro zemi, pro lidi.
- "Fair Work, Fair Pay."
(1): Faire Arbeit, faire Bezahlung.
(2): Spravedlivá práce, spravedlivá odměna.
- "Promote fair trade."
(1): Unterstützen Sie Fair Trade.
(2): Podporuj spravedlivý obchod / Fair Trade.
- "Reduce poverty and develop opportunities."
(1): Reduzieren Sie die Armut und entwickeln Sie neue Möglichkeiten.
(2): Snižme chudobu a vytvářejme spolu nové příležitosti.
- "Make it happen, choose Fairtrade."
(1): Machen Sie es möglich, wählen Sie Fair Trade.
(2): Abychom to dokázali, volte Fair Trade.

10.3.2. Deutsche Slogans

- "Zeit für Veränderung!"
Übersetzung: Čas na změnu!
- "Allein kann man nicht gewinnen."
Übersetzung: Sám nemůžeš zvítězit.
- "Lasst uns gemeinsam eine gerechte Welt schaffen."
Übersetzung: Pojd'me společně pracovat na vytvoření spravedlivějšího světa.
- "Eine bessere Welt ist möglich"
Übersetzung: Lepší svět je možný.

10.3.3. Tschechische Slogans

- "Fair trade zlepšuje živobytí drobných pěstitelů."
Übersetzung: Fair Trade verbessert die Lebensgrundlage von den Kleinbauern.
- "Malá změna, velký rozdíl"
Übersetzung: Kleine Veränderung, große Unterschied.
- "Fair trade dává lidem šanci."
Übersetzung: Fair Trade bietet den Menschen eine Wahrscheinlichkeit.

(NaZemi, 2010)

11. Schlusswort

Diese Bachelorarbeit befasste sich mit "Ausdrucksmitteln der Aufklärungskampagne Fair Trade". Dieses Thema wurde mit der Absicht ausgewählt, das Bewusstsein der Menschen über Fair Trade in der Tschechischen Republik festzustellen.

Im theoretischen Teil wurden die Geschichte des Fair Trades, die wichtigsten Grundsätze und auch Ziele des Fair Trades beschrieben. Ein Kapitel widmet sich speziellen Fair-Trade-Bescheinigungen. Hier befindet sich auch einen kurzen Überblick über die Fair-Trade-Partner und Produkte des Fair Trades. Fair Trade hat viele Kampagnen und alle diese Kampagnen wurden hier näher gebracht.

Im praktischen Teil wurden Ergebnisse eigener Forschung vorgestellt. Für diese Bachelorarbeit wurde ein Fragebogen zusammengestellt und die Ergebnisse des Fragebogens wurden detailliert analysiert und in die Diagramme aufgezeichnet. Auf Grund einer Umfrage wurde das Bewusstsein der Menschen über Fair Trade in der Tschechischen Republik (Region Pilsen) festgestellt. Der weitere Teil ist eine detaillierte Auswertung der vier Fair-Trade-Produkte, die auf dem tschechischen Markt gekauft werden können. Hier werden positive und auch negative Eindrücke von diesen Produkten und zugleich von den Verpackungen dieser Produkte angegeben. Ein großer Teil dieser Arbeit besteht aus einer vollständigen Analyse der Ausdrucksmittel der Aufklärungskampagne Fair Trade. Im Fokus stehen da die Farben, Musik, Emotionen, informative Elemente oder auch Bilder der Armut und Kinderarbeit. Einen Bestandteil bildet auch die Analyse der Werbesprache. Zu dem praktischen Teil gehört auch ein Kommentar zu der ausgewählten Fair-Trade-Werbung "*Die Fairtrade Geschichte*" und auch zu den tschechischen und deutschen Webseiten.

Bei den Webseiten wurden die Struktur und die Gestaltung aber auch die Funktionsfähigkeit und Möglichkeiten.

Als Bereicherung der Erklärungen und Analysen führte die Autorin ihre eigenen Erfahrungen mit Fair Trade an. Diese Bachelorarbeit enthält auch eigene Übersetzungen und Transkriptionen der ausgewählten Fair-Trade-Werbungen.

In dieser Bachelorarbeit wurden alle vorgegebenen Ziele erreicht. Dank dieser Bachelorarbeit trat die Autorin der Fair-Trade-Organisation in Pilsen bei und sie wird ein Fair-Trade-Frühstück 2014 in Pilsen veranstalten. Die Autorin betrachtet diese Bachelorarbeit als Startpunkt für die weitere Zusammenarbeit mit Fair Trade.

Literaturverzeichnis

Alumniportal Deutschland. (8. 5 2011). Abgerufen am 24. 3 2014 von <http://www.alumniportal-deutschland.org/>

Balisto. (2013). Abgerufen am 30. 3 2014 von <http://www.balisto.de/>

Cooperative Coffees. (2006-2010). Abgerufen am 30. 3 2013 von <http://coopcoffees.com/>

ČMEJRKOVÁ, S. (2000). *Reklama v češtině-čeština v reklamě* (1. vydání Ausg.). Praha: Leda.

de.Wikipedia . (7. 12 2011). Abgerufen am 12. 3 2014 von <http://de.wikipedia.org/>

Duden. (2013). Abgerufen am 18. 2 2014 von http://www.duden.de/rechtschreibung/Fair_Trade

Fair Bio obchod. (nicht datiert). Abgerufen am 12. 2 2014 von <http://www.fair-bio.cz/>

Fair Trade Federation. (2014). Abgerufen am 30. 3 2014 von <http://www.fairtradefederation.org/>

Faire Woche. (nicht datiert). Abgerufen am 12. 2 2014 von <http://www.faire-woche.de>

Fairtrade Deutschland. (nicht datiert). Abgerufen am 12. 1 2014 von <http://www.fairtrade-deutschland.de>

Fairtrade Foundation. (25. 2 2013). Abgerufen am 1. 2 2014 von <http://www.fairtrade.org.uk/>

Fairtrade hilft im Kampf gegen ausbeuterische Kinderarbeit. (Dezember 2011). Abgerufen am 11. 1 2014 von https://www.fairtrade-deutschland.de/fileadmin/user_upload/ueber_fairtrade/fairtrade-themen/fairtrade_statement_kinderarbeit.pdf

Fairtrade Max Havelaar. (nicht datiert). Abgerufen am 30. 3 2014 von <http://www.maxhavelaar.ch/>

Fairtrade Towns. (2007). Abgerufen am 12. 2 2014 von <http://www.fairtradetowns.org/>

Férová snídane ve vašem městě. (nicht datiert). Abgerufen am 3. 22 2014 von <http://www.ferovasnidane.cz/>

Gemeinsam für Afrika. (2013). Abgerufen am 2. 3 2014 von <http://www.gemeinsam-fuer-afrika.de/informieren/armut-und-hunger/>

Havelaar-Stiftung, M. (nicht datiert). *Fairtrade Max Havelaar.* Abgerufen am 28. 3 2014 von <http://www.maxhavelaar.ch/de/aktuell/newsroom/>

Hejkrlik, J. (2004). *Fair Trade: Spravedlivý obchod v České republice.* Praha: Asociace pro Fair Trade.

Hernandezová, S. (26. 6 2013). Lenka Černá: Adopce na dálku je pro mě srdeční záležitost. *Plzeňský deník, 2005 - 2014* .

Hlavní principy fair trade. (nicht datiert). Abgerufen am 1. 12 2013 von <http://www.fairtrade.cz/cz/838-hlavni-principy-fair-trade/>

Channel 4. (2014). Abgerufen am 1. 2 2014 von <http://www.channel4.com/>

Chinasiete. (2007). Abgerufen am 22. 3 2014 von <http://www.chinaseite.de/china-kultur/china-medizin/yin-yang-medizin.html>

Ideen - Slogan - Mottosammlung. (nicht datiert). Abgerufen am 12. 2 2014 von http://files.globalmarshallplan.org/slogan_ideen.pdf

Internationa Labour Organization. (2014). Abgerufen am 20. 2 2014 von <http://www.ilo.org/public/english/region/afpro/pretoria/pdf/childlabourreport.pdf>

JUDr. Tomáš Horáček, P. (nicht datiert). *Fairtradové veřejné zakázky.* Abgerufen am 18. 11 2013 von http://www.nazemi.cz/sites/default/files/fairtradove_verejne_zakazky_web.pdf

Kabinet Informačních studií a knihovnictví. (10. 12 2008). Abgerufen am 30. 3 2014 von <http://kisk.phil.muni.cz/>

Kampagne Fairtrade Schools. (nicht datiert). Abgerufen am 12. 1 2014 von <http://www.fairtrade-schools.de/>

KŘÍŽEK, Z. (2002). *Život s reklamou: jak dělat reklamu* (1. vydání Ausg.). Praha: Grada.

Lebensministerium, 2013. (kein Datum). Abgerufen am 5. 1 2014 von <http://www.bewusstkaufen.at/>

Lidl. (2012). Abgerufen am 31. 3 2014 von <http://www.lidl.de/>

Česká televize 1996 - 2014. (10. 5 2011) Abgerufen am 16. 12 2013 von <http://www.ceskatelevize.cz/>

NaZemi, C. ©. (2010). *fairtrade.cz.* Abgerufen am 14. 2 2014 von <http://www.fairtrade.cz/>

Nestlé. (nicht datiert). *Nestlé Cocoa Plan.* Abgerufen am 15. 1 2014 von <http://www.nestlecocoaplan.com>

Obchod NaZemi, s.r.o. (2012). Abgerufen am 12. 1 2014 von <http://obchod.nazemi.cz/>

Obchůdek jednoho světa. (2010). Abgerufen am 12. 1 2014 von JEDEN SVĚT o.p.s.: <http://www.jedensvet.org/>

Pfanner premium since 1856. (nicht datiert). Abgerufen am 30. 3 2014 von <http://www.pfanner.com/>

Planet wissen. (7. 8 2012). (© WDR / SWR / BR-alpha 2014) Abgerufen am 10. 12 2013 von http://www.planet-wissen.de/politik_geschichte/menschenrechte/kinderarbeit/

Fair Trade Centrum s.r.o. (nicht datiert). Abgerufen am 5. 1 2014 von <http://www.fairtradecentrum.cz/>

Seznam prodejců fair trade. (nicht datiert). Abgerufen am 12. 3 2014 von <http://www.fairtrade.cz/files/texty/fairtrade/seznam-prodejců-fair-trade.pdf>

ŠMARDA, J. a. (2007). *Biologie pro psychology a pedagogy.* Praha: PORTÁL.

Terre des Hommes. (nicht datiert). Abgerufen am 12. 2 2014 von http://www.tdh.de/fileadmin/user_upload/inhalte/10_Material/Themeninfos/2012-01_TH_Kinderarbeit.pdf

The Guardian. (2014). Abgerufen am 30. 3 2014 von <http://www.theguardian.com/>

Tchibo. (nicht datiert). Abgerufen am 30. 3 2014 von <http://www.tchibo.de/fairtrade-fair-gehandelter-kafee-c400017365.html>

YouTube.cz. (2014). Abgerufen am 12. 1 2014 von 10 Dinge, die Sie noch nicht über Kakao wussten: <http://www.youtube.com/>

Za férové banány! (2010). Abgerufen am 14. 3 2014 von <http://www.zaferovebanany.cz/>

Resumé

Cílem práce je vyzdvihnout hlavní myšlenky osvětové kampaně Fair Trade.

Součástí teoretické části jsou ucelené informace o Fair Trade a vše sním spojené jako například základní principy, certifikáty, partneři, produkty nebo kampaně.

Praktická část poskytuje díky podrobné analýze dotazníků výsledky o povědomí lidí o Fair Trade v České Republice. Věnuje se také rozboru výrazových prostředků Fair Trade v České Republice

Zpracování této práce bylo opravdovou výzvou a zároveň obohacím. Cíl práce byl naplněn a práce může být inspirací a zároveň motivací pro potenciální zájemce o kampaň Fair Trade.

Resümee

Das Ziel dieser Bachelorarbeit ist es, die wichtigsten Ideen der Fair-Trade-Aufklärungskampagnen abzuheben.

Der theoretische Teil gibt komplette Informationen über Fair Trade und alles, was damit verbunden wird, wie z.B.: Grundlagen, Zertifikate, Fair-Trade-Partner und Produkte oder Fair-Trade-Kampagnen.

Der praktische Teil bietet durch detaillierte Analyse von Fragebögen Ergebnisse des Bewusstseins der Menschen von Fair Trade in der Tschechischen Republik.

Die Verarbeitung dieser Arbeit war eine echte Herausforderung und zugleich Bereicherung. Das Ziel der Bachelorarbeit wurde erreicht und die Arbeit kann eine Inspiration und Motivation für potenzielle Interessenten über Fair-Trade-Aufklärungskampagne.

Liste der Abkürzungen

FLO - Fairtrade Labelling Organizations International

FTF - Fair Trade Föderation

FTO - Fair Trade Organisation

GEPA - Gesellschaft zur Förderung der Partnerschaft mit der Dritten Welt

IAO - Internationalen Arbeitsorganisation

UNICEF - United Nations International Children's Emergency Fund

WFTO - World Fair Trade Organisation

Liste von Bildern

Bild Nr.1 - Fair Trade. Abgerufen am 15. 3 2014 von <https://socialni-uceni.signal.cz/>

Bild Nr.2 - WFTO Symbol. Abgerufen am 16.3.2014 von <http://www.fairtrade-cesko.cz/>

Bild Nr.3 - FTO Symbol. Abgerufen am 20.3.2014 von <http://oecotextiles.wordpress.com/>

Bild Nr.6 - FTF Symbol. Abgerufen am 20.3.2014 von <http://cftn.ca/>

Bild Nr.4 - IMO „Fair for life“. Abgerufen am 20.3,2014 von <http://imo.ch/>

Bild Nr.5 - UTZ Certified Symbol. Abgerufen am 20.3.2014 von <http://en.wikipedia.org/>

Bild Nr.6 - Marks & Spencer Luxury Italian Rich Roast Fairtrade. Abgerufen am 20.3.2014 von <http://coffeecritic.co.uk/>

Bild Nr.7 - Fair Trade English Breakfast tea bags. Abgerufen am 14.3.2014 von <http://www.naturalcollection.com/>

Bild Nr.8 - Lenka Černá und Kaffeebauern Mary von Fair-Trade-Kooperativen Gumutingo. Abgerufen am 1.1.2014 von <http://plzensky.denik.cz/>

Anlagen



Bild Nr. 1 - Fair-Trade-Symbol



Bild Nr. 2 - WFTO Symbol



Bild Nr. 3 - FTO Symbol



Bild Nr. 4 - FTF Symbol



Bild Nr. 5 - IMO "Fair for life"



Bild Nr. 6 - UTZ Certified Symbol



Bild Nr. 8 - Lenka Černá und Kaffeebauern Mary von Fair-Trade-Kooperativen Gumutingo

Anlage Nr.9

Max Havelaar

„Das ist eine Stiftung nach Schweizer Recht mit Sitz in Basel. Die Stiftung zeichnet mit ihrem Gütesiegel Produkte aus, welche nach den internationalen Standards für fairen Handel, festgelegt durch die Fairtrade Labelling Organizations International (FLO), produziert und gehandelt wurden.“ (de.Wikipedia , 2011)

Pfanner

Diese Marke Pfanner Premium since 1856 produziert verschiedene Arten von den Säften, wie z.B. 100% Orange Fair, Multivitamin Fair, Mango Fair, Banane Fair und Ananas Fair. Alle diese Säfte sind 100% Fair-Trade-Produkte und erfüllen alle Anforderungen dieses Handels. (Pfanner premium since 1856, nicht datiert)

Nestlé

Nestlé begann mit der Produktion eines der beliebtesten Schokoriegel Kitkat unter der Fair-Trade-Marke. KitKat Schokoriegel wurde die zweitbeliebteste Fair-Trade-Produkt in Großbritannien. Nestlé verpflichtete sich zu dem Kampf gegen die Entwaldung, Kinderarbeit, Einsatz von Wasser in der Landwirtschaft, Fischerei usw. (The Guardian, 2014)

Divine

Divine ist das einzige Fair-Trade-Schokolade-Unternehmen, das aus 45% von Kakaobauern besessen wird. Während Fair Trade sorgt für Bauern ein besseres Angebot für die Kakao, das Eigentum von dem Unternehmen spendet den Bauern den Anteil an den Gewinnen und die Möglichkeit, die Kakaoindustrie zu regulieren.

Tchibo

„Auch Tchibo unterstützt Fairen Handel und kann so dazu beitragen, dass Arbeits- und Lebensbedingungen von Kleinbauernfamilien in den Anbau-ländern nachhaltig verbessert werden. Für die Entwicklung der Fairtrade-Standards als auch für die Betreuung der Produzentengruppen ist im Fairtrade-System Fairtrade International verantwortlich. (...)Tchibo hat sich auf den Weg gemacht, seinen Kunden in den nächsten Jahren ausschließlich nachhaltige Kaffees anbieten zu können.“ (Tchibo, nicht datiert)

Lidl

Lidl bietet seit Jahr 2006 die Möglichkeit, die zertifizierten Fair-Trade-Produkte unter der Lidl-Eigenmarke Fairglobe zu erwerben. Lidl unterstützt mit seinen Fairglobe-Schokoladen das Fair-Trade-System z.B. transparente Mindestpreise für Kakao und Zucker oder zusätzliche Prämie für eine bessere Zukunft der Kleinbauern. (Lidl, 2012)

Ferrero

„Am 20. März 2014 hat der italienische Schokoladenhersteller Ferrero seine Partnerschaft mit Fairtrade International angekündigt. In deren Rahmen erwirbt Ferrero über die nächsten drei Jahre insgesamt 20'000 Tonnen Fairtrade-zertifizierten Kakao. Für die Kakaoproduzenten aus der Elfenbeinküste ist dies eine grossartige Neuigkeit. Somit können sie den Verkauf von Kakao zu fairen Bedingungen steigern und damit stärker von der positiven Wirkung von Fairtrade profitieren.“ (Fairtrade Max Havelaar, nicht datiert)

Anlage Nr.10

Top 10 Fair-Trade-Produkte (Großbritannien)

(Channel 4, 2014)

1) Chocaid truffles

Die Art von der Schokolade, die glatt und luxuriös ist. Es ist eine Bonbonniere, die aus kleinen Schokoladekügelchen mit verschiedenen Geschmacksrichtungen besteht.

2) Burnt Zucker originale schokoladen Bienenwaben

Das sind gefährlich gute Wabenstücke, die mit Schokolade bestrichen werden.

3) Englisch Provender Schokoladensauce

Die cremige Schokoladensauce, die ausgezeichnet für Eis ist.

4) Granovita Quinoa

Quinoa (sprich: „keen-wah“) ist eine vielseitige Alternative zu Reis und Nudeln. Es ist eine Sorte von Samen mit hohem Proteingehalt.

5) Weine

Der Bereich der Fair-Trade-Weine wird nach und nach erweitert. Es ist wichtig die außergewöhnliche Pfirsicharoma des Weines Fairhills Colombard/ Sauvignon Blanc zu erwähnen.

6) Choc-Affäre Kleine Stücke von Liebe-Box

Die Milkschokolade kombiniert mit getrockneten Waldfrüchten, die im Mund perfekte Kombination vom süßen und sauren Geschmack zu schaffen.

7) Fruit Passion tropischen Saft

Dieser köstliche Fruchtsaft wird aus Fair-Trade Orangen-, Ananas-, Bananen- und Mango-Püree und Äpfeln hergestellt.

8) Befreiung Ofen backte Cashew-Nüssen und Erdnüssen mit einem Hauch von Rauch

Ideal für ein Pausenbrot. Diese Nüsse haben einen großen rauchigen Geschmack, der keine Konkurrenz hat.

9) Kaffee

- *Best instant coffee - Fair Instant Gold coffee*

Ein glatter und reicher Kolumbianischer Kaffee. 20p von jedem Verkauf geht zu „*Save the Children*“.

„Save the Children ist nach eigenen Angaben die weltweit größte unabhängige Kinderrechtsorganisation. Die Nichtregierungsorganisation ist konfessionell und politisch ungebunden und setzt sich für die Rechte und den Schutz von Kindern ein.“
(de.Wikipedia , 2011)

- *Best entkoffeinierten Kaffee - Cafédirect Fairtrade instant decaffeinated coffee*

Dieser Kaffee ist sehr lecker und koffeinfrei. Trotzdem bewahrt er alle Geschmäcke und Gerüche von Kaffee.

- *Best ground coffee - Union Hand - Roasted Fairtrade Rwanda Coffee*

Ausgereifter Gourmet Kaffee mit einem Hauch von Schokolade und Orangen.

10) Ubuntu Cola

Dieses Getränk mit Fair-Trade-Zucker ist eine interessante Alternative zu bekannten Marken, die Cola produzieren. Dieses Getränk wird nur in Großbritannien hergestellt.

Anlage Nr.11

Jeder Tag bringt neue Geschichten, Geschichten von Menschen, die etwas bewegen und verbessern und bringen eine bessere Zukunft. Sieben Millionen Geschichten und täglich wachsen neue nach.

Geschichten in denen jeden von uns eine bessere Zukunft schafft. Für sich und seine Familie.

Wir schicken diese Geschichten auf Reise um die ganze Welt. Und so wird wieder einzelne Geschichte teil an den globalen Bewegung. Von allen, die sich entscheiden, das richtige zu tun.

Es liegt in den unseren Hand, die Geschichte von Morgen besser zu machen als Sie von heute.

Die Geschichte wächst. Es entstehen Gemeinschaften, besseres Leben, mehr Chancen für alle, echte Veränderung durch unsere Entscheidung.

Größere Geschichten für eine bessere Zukunft.

Meine kleine Geschichte ist es ganz groß, weil viele Menschen zusammen eine bessere Welt schaffen. (YouTube.cz, 2014)

Anlage Nr.12

Stellt euch mal vor, ihr sitzt in der Schule und könnt heute schon die Welt verändern.

Jeder von uns ein klitzekleines Stück und genau dieses klitzekleine Stück macht für 6 Millionen Menschen ein großer Unterschied.

Setzt ein Zeichen und macht eure Schule zur Fair Trade School.

Ein Zeichen damit Kindern nicht arbeiten müssen, sondern Kinder sein dürfen. Damit Produzenten und ihre Familien ein sicheres und faires Einkomm und die Chance auf eine bessere Zukunft haben.

Formiert euch. Sammelt Ideen. Und zeigt, was ihr könnt. Bringt den fairen Handel in eure Schule, in den Unterricht, in die Sporthalle, in den Kiosk, ins Lehrerzimmer und aufs Schulfest.

Gute Ideen kennen keine Grenzen und jetzt Stellt euch vor was wir verändern können, wenn wir alle hinter stehen.

Bewerbt euch mit euren Schulteam auf Fairtrade-school.de und macht eure Schule zu etwas besonderen.

Macht sie Fair! (YouTube.cz, 2014)