

Förg, Regina Maria Martha

Article

Chances and challenges for the members of the Fairtrade-supply chain: a case study of Chile and Switzerland

Junior Management Science (JUMS)

Provided in Cooperation with:

Junior Management Science e. V.

Suggested Citation: Förg, Regina Maria Martha (2023) : Chances and challenges for the members of the Fairtrade-supply chain: a case study of Chile and Switzerland, Junior Management Science (JUMS), ISSN 2942-1861, Junior Management Science e. V., Planegg, Vol. 8, Iss. 4, pp. 993-1009, <https://doi.org/10.5282/jums/v8i4pp993-1009>

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/295061>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.



<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Online-Appendix zu

„Chances and challenges for the members of
the Fairtrade-supply chain: a case study of
Chile and Switzerland”

Regina Maria Martha Förg
Universität Passau

Junior Management Science 8(4) (2023) 993-1009

A. Interview guide Chilean FT-producers/cooperatives (in Spanish):

1. ¿Cuál es la **principal motivación** de su empresa para participar en el Comercio Justo?

- ¿Qué asocia Usted personalmente con el Comercio Justo?
- ¿Qué valores/objetivos impulsan su empresa? (p.e., demanda de los consumidores, altruismo, aprovechar de nichos de mercado, mayor beneficio)
- ¿En qué medida las actividades económicas de su empresa se basan en principios éticos?
- ¿Qué puede aportar la certificación de Comercio Justo (CJ) a empresas como la suya?

2. ¿Cómo ha sido/es el **proceso de certificación** de CJ en su empresa?

- ¿Qué tipo de ayuda recibió su empresa para obtener la certificación?
- ¿Ha seguido una estrategia específica?

3. Percepción de las **oportunidades y los retos en la cadena de suministro de CJ:**

3.1 ¿Cuáles son los **mayores desafíos** a los que Usted se enfrenta con la certificación del CJ/en la cadena de suministro?

- Oportunidades de ventas?
- Costos?
- Trato con la contraparte: interdependencia con los compradores del norte global, adaptarse a la demanda de la otra parte de la cadena de suministro?

3.2 En su opinión, ¿cuáles son las **oportunidades/posibilidades** más importantes que se puede realizar con la certificación de CJ?

- Mejores oportunidades de ventas (mejor margen de beneficios por precio más alto, acceso a mercados del norte global, venta regional en Chile)?
- Ventaja competitiva por transparencia en los productos?
- Mejor participación en la cadena de suministro?

B. Interview guide European merchandisers (in German):

1. Was ist die **Hauptmotivation** für Ihr Unternehmen, im Fairen Handel tätig zu werden?
 - Was verbinden Sie persönlich mit Fair Trade?
 - Welche Werte/Ziele treibt Ihr Unternehmen an? (z.B. Konsumentennachfrage, Altruismus, Erschließung von Nischenmärkten, höherer Gewinn)
 - Wie sehr liegen dem wirtschaftlichen Handeln Ihres Unternehmens ethische Grundsätze zugrunde?
 - Was kann eine Fairtrade (FT)-Zertifizierung Ihrem Unternehmen bringen?
2. Wie sah/sieht der **FT-Zertifizierungsprozess** in Ihrem Unternehmen aus?
 - Welche Art von Hilfe hat Ihr Unternehmen erhalten, um sich FT zertifizieren zu lassen?
 - Haben Sie eine bestimmte Strategie verfolgt?
3. Wahrnehmung der Chancen und Herausforderungen in der FT-Lieferkette:
 - 3.1 Was sind die größten **Herausforderungen**, mit denen Sie durch die FT-Zertifizierung/Lieferkette konfrontiert werden?
 - Absatzmöglichkeiten?
 - Kostenfaktor?
 - Gegenseitige Abhängigkeit mit Produzenten/Kooperativen?
 - 3.2 Was sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten **Chancen/Möglichkeiten**, die Sie mit FT realisiert haben?
 - Bessere Absatzmöglichkeiten, höhere Gewinnmarge?
 - Kompetitiver Vorteil durch höhere Transparenz der Produkte?
 - Mehr Mitspracherecht durch gegenseitige Abhängigkeit?
4. Die **Schweizer Volksinitiative** „Für verantwortungsvolle Unternehmen – zum Schutz von Mensch und Umwelt“ wurde 2020 durch das fehlende Ständemehr abgelehnt. Denken Sie, die Fair Trade-Bewegung ist stark genug, um die Weichen für eine weltweite Erhöhung von Sozialstandards in Lieferketten (wie indirekt auch in der Volksinitiative gefordert) mit aufzustellen?

C. Interview guide Certification Organization (in German):

1. Was genau ist Ihre Aufgabe als nationale Schweizer FT-Zertifizierungsorganisation?
2. Was sind die **Werte und Motivationen**, die hinter der Fair Trade-Bewegung stehen?
 - Was verbinden Sie persönlich mit Fair Trade?
 - Orientiert an Mission, qualitätsorientiert, marktorientiert, monetär orientiert?
 - Würden Sie den Fair Trade-Markt bereits als Mainstream-Markt betrachten?
3. Fairtrade (FT)-**supply chain**:
 - Welche Arten von Unternehmen sind am ehesten für eine FT-Zertifizierung geeignet?
 - Wie wird die Transparenz in einer FT-Lieferkette gewährleistet?
4. Wahrnehmung der **Chancen und Herausforderungen** in der FT-Lieferkette:
 - 4.1 Was sind Ihrer Meinung nach die größten Herausforderungen für Produzenten und Importeure/Abnehmer in einer FT-Lieferkette?
 - Gegenseitige Abhängigkeiten: Globaler Norden vs. Globaler Süden
 - 4.2 Was sind Ihrer Meinung nach die größten Chancen/Möglichkeiten, die sich für Produzenten und Importeure durch eine FT-Zertifizierung ergeben können?
 - Hat die Zertifizierung den Produzenten geholfen, die zuvor vom Markt ausgeschlossen waren?
5. Die **Schweizer Volksinitiative** „Für verantwortungsvolle Unternehmen – zum Schutz von Mensch und Umwelt“ wurde 2020 durch das fehlende Ständemehr abgelehnt. Denken Sie, die Fair Trade-Bewegung ist stark genug, um die Weichen für eine weltweite Erhöhung von Sozialstandards in Lieferketten (wie indirekt auch in der Volksinitiative gefordert) mit aufzustellen?