

Fairtrade in perspectief



Julia de Bruijn
511536
B5h1
2025/2026

Voorwoord

Voor u ligt mijn profielwerkstuk over Fairtrade. Het maken van dit werkstuk was een interessant en leerzaam proces, waarin ik veel nieuwe inzichten heb gekregen in Fairtrade, de Wereldwinkel en andere keurmerken.

Op het moment dat ik een onderwerp moest kiezen voor mijn profielwerkstuk, wilde ik bewust een thema onderzoeken waar ik zelf nog weinig van wist. Fairtrade sprak mij aan, omdat ik er vaker mee in aanraking kwam, zowel thuis als op sociale media. Ik wilde graag begrijpen wat Fairtrade precies betekende en wat het inhield. Juist daarom leek het mij interessant om dit onderwerp te onderzoeken en mijn kennis hierover te vergroten.

Graag wil ik mijn begeleider, de heer Van Engelen, bedanken voor de begeleiding tijdens het maken van mijn profielwerkstuk. Uw ondersteuning en het kunnen stellen van vragen hebben mij enorm geholpen tijdens het schrijven van mijn werkstuk.

Daarnaast wil ik Joop Karremans heel erg bedanken voor het bieden van mogelijkheden tijdens mijn onderzoek. Hartelijk dank voor uw openheid, de tijd die u vrij heeft gemaakt en de mogelijkheden die u mij bood om een goed beeld te krijgen van de Wereldwinkel en Fairtrade. De gesprekken waren waardevol en hebben mijn werkstuk verrijkt.

Ik hoop dat dit werkstuk een duidelijk beeld geeft van Fairtrade en de rol van consumenten in het systeem van eerlijke handel.

Inhoudsopgave

Inleiding	4
Wat is Fairtrade?	5
Wat betekent Fairtrade?	5
De geschiedenis van Fairtrade	8
De missie van Fairtrade	9
Conclusie	9
Wat maakt Fairtrade verschillend van andere keurmerken?	10
Wat is een keurmerk?	10
Fairtrade als keurmerk	10
Andere keurmerken uitgelegd	11
Waarin verschilt Fairtrade van andere keurmerken?	13
Conclusie	14
Wat zijn de voor- en nadelen van Fairtrade?	15
Wat zijn de voordelen van Fairtrade?	15
Wat zijn de nadelen van Fairtrade?	18
Conclusie	18
In hoeverre bepaalt de consument het succes van Fairtrade?	19
Wat is een consument?	19
Consumenten over Fairtrade	19
De Wereldwinkel	20
Interview: Joop Karremans	20
Venlo: Fairtrade Gemeente	22
Conclusie	23
Conclusie	24
Discussie	26
Reflectie	28
Bronnenlijst	29
Bijlagen	32
Bijlage 1: Enquête	32
Bijlage 2: Interview	36
Bijlage 3: Logboek	37

Inleiding

Producten die in Nederlandse winkels liggen, hebben vaak een lange reis afgelegd voordat ze in de schappen belanden. Tegenwoordig staan we zelden stil bij de omstandigheden waaronder deze producten zijn gemaakt. Terwijl consumenten zonder moeite kiezen uit een overvloed aan merken, werken veel producenten in landen waar de lonen laag zijn en eerlijke handelsvoorwaarden niet vanzelfsprekend zijn. De kloof tussen de wereld van de consument en die van de producent zorgt ervoor dat één vraag steeds vaker wordt gesteld: Hoe eerlijk is onze manier van consumeren?

Deze vraag leidde ertoe dat ik het onderwerp Fairtrade heb gekozen voor mijn profielwerkstuk. Ik vind het belangrijk dat producten die in Nederland worden gebruikt op een eerlijke manier worden geproduceerd. Door mijn profielwerkstuk over Fairtrade te schrijven, hoop ik meer bewustzijn te creëren over de keuzes die wij als consument maken en welke gevolgen deze hebben voor andere mensen.

Het Fairtrade-keurmerk lijkt een eenvoudige oplossing te bieden en staat symbool voor eerlijke handel. Hierdoor voelt het voor veel consumenten als een betrouwbare keuze.

Toch roept Fairtrade ook vragen op. Hoe eerlijk is dit systeem werkelijk? En in hoeverre bereikt het de mensen voor wie het bedoeld is? Daarom staat in dit profielwerkstuk de volgende vraag centraal: Hoe fair is Fairtrade? Dit is de hoofdvraag van het profielwerkstuk.

De hoofdvraag is onderverdeeld in 4 deelvragen:

1. Wat is Fairtrade?
2. Wat maakt Fairtrade verschillend van andere keurmerken?
3. Wat zijn de voor- en nadelen van Fairtrade?
4. In hoeverre bepaalt de consument het succes van Fairtrade?

Om een goed antwoord te kunnen geven op de hoofdvraag en de deelvragen, is gebruikgemaakt van verschillende onderzoeksmethoden. In dit profielwerkstuk is er gebruikgemaakt van een mixed-methods onderzoek, waarbij zowel kwalitatieve als kwantitatieve onderzoeksmethoden zijn gebruikt.

Als eerste is een literatuuronderzoek uitgevoerd. Hierbij is informatie verzameld uit betrouwbare bronnen, zoals rapporten, artikelen en websites van erkende instanties. Door middel van deze methode is veel feitelijke informatie verzameld. Daarnaast zijn enquêtes afgenomen. Deze methode is gebruikt om inzicht te krijgen in de kennis, houding en het gedrag van consumenten ten opzichte van Fairtrade. Ook is er een interview gehouden met een medewerker van de Wereldwinkel om het onderwerp Fairtrade te verduidelijken door middel van praktijkervaringen.

Het onderzoek is uitgevoerd door middel van een vooraf opgesteld onderzoeksplan. In de eerste fase is er voorbereidend werk gedaan. Stap 1 tot en met 6 zijn uitgewerkt om een idee te krijgen van hoe het onderzoek gedaan moet worden, hoeveel tijd het gaat kosten en waar het onderzoek over gaat. Hierna ben ik begonnen met de deelvragen een voor een te beantwoorden. In een latere fase heb ik de enquête opgesteld en afgenomen om inzicht te krijgen in het gedrag van consumenten. Daarna heb ik een interview afgenomen en de laatste stukken van het profielwerkstuk geschreven.

Het profielwerkstuk is over een periode van meerdere maanden geschreven. Tijdens dit proces heb ik feedback van mijn begeleider ontvangen en verwerkt om het werkstuk te verbeteren. Op basis van alle verzamelde informatie en onderzoeksresultaten zijn uiteindelijk conclusies getrokken en is de hoofdvraag beantwoord.

Wat is Fairtrade?

Het Fairtrade-logo is tegenwoordig steeds vaker op producten te vinden in winkels. Waar vroeger alleen het keurmerk op koffie en bananen stond, staat het tegenwoordig op veel producten: van chocolade en thee tot kruiden, wijn en zelfs goud (Fairtrade Products, z.d.). Steeds meer merken, supermarkten en gemeenten besteden aandacht aan Fairtrade, waardoor consumenten kunnen bijdragen aan een eerlijkere wereld.



Om een goed beeld te krijgen van wat de impact van Fairtrade is, is het belangrijk om te onderzoeken wat Fairtrade precies inhoudt. De term Fairtrade wordt vaak gebruikt in het kader van duurzame en eerlijke handel, maar de daadwerkelijke betekenis is niet altijd duidelijk. Door de vraag “Wat is Fairtrade?” te beantwoorden, wordt duidelijk wat Fairtrade betekent en doet. Deze antwoorden zijn nodig om de andere deelvragen te begrijpen en te kunnen beantwoorden.

Wat betekent Fairtrade?

Er bestaat geen wettelijk vastgestelde definitie van het begrip Fair Trade. De definitie die het meeste gebruikt wordt, is: *“Fair Trade is een handelspartnerschap, gebaseerd op dialoog, transparantie en respect, dat streeft naar meer gelijkheid in de internationale handel. Het draagt bij aan duurzame ontwikkeling door betere handelsvoorwaarden te bieden aan, en de rechten te waarborgen van, gemarginaliseerde producenten en arbeiders – met name in het Zuiden”* (Fair Trade – WFTO Asia, z.d.).

De termen *Fairtrade* en *Fair Trade* worden vaak door elkaar gebruikt. *Fair Trade* verwijst naar de wereldwijde beweging voor eerlijke handel, terwijl *Fairtrade* specifiek verwijst naar het keurmerk en de organisaties (Fairtrade Nederland, z.d.).

Wereldwijd zijn er tien Fairtrade-principes vastgesteld, waaruit Fairtrade-organisaties (FTO) werken. Hieronder staan de uitgewerkte principes volgens de World Fair Trade Organization (2023). De naleving van deze standaarden wordt gecontroleerd door FLOCERT, een onafhankelijke organisatie die onderzoek uitvoert bij producenten en handelaren (FLOCERT, 2025).



1. Kansen creëren voor economisch kansarme producenten

Armoedebestrijding door middel van handel is een belangrijke doelstelling van Fairtrade. Fairtrade ondersteunt economisch kansarme producenten en werknemers. De organisatie streeft ernaar om deze kansarme producenten en werknemers in staat te stellen tot meer inkomenszekerheid.

Fairtrade-organisaties kopen producten in bij kansarme producenten. Het is van belang dat deze producenten op een eerlijke manier te werk gaan. Door de inkoop van deze producten brengt Fairtrade ontwikkeling op gang, waardoor producenten hun levensomstandigheden kunnen verbeteren (World Fairtrade Organization, 2023).

2. Transparantie en verantwoording

Transparantie en verantwoording zijn essentiële onderdelen van de Fairtrade-principes. Fairtrade streeft ernaar dat de betrokken partijen van de handelsketen op een open en eerlijke manier samenwerken. Dit betekent dat de deelnemende partijen verplicht zijn om inzicht te geven in hun administratie en deze ook kunnen laten zien aan andere partijen. Op deze manier weten producenten waar ze aan toe zijn. Ook moeten deelnemende partijen elkaar op de hoogte houden van belangrijke ontwikkelingen en zijn ze gezamenlijk verantwoordelijk voor het naleven van de Fairtrade-principes (World Fairtrade Organization, 2023).

3. Eerlijke handelspraktijken

Fairtrade staat letterlijk vertaald voor eerlijke handel. De organisatie handelt met aandacht voor het sociale, economische en ecologische welzijn van kansarme producenten, in tegenstelling tot grote bedrijven die de maximale winstmarge willen bereiken. Leveranciers respecteren de contracten en leveren producten op tijd met de gewenste kwaliteit en specificaties. Fairtrade handelt volgens verschillende handelsvoorwaarden (World Fairtrade Organization, 2023):

1. **Minimumprijs:** Fairtrade heeft een minimumprijs vastgesteld. Dit is het laagst mogelijke bedrag dat kopers verplicht zijn te betalen aan producenten voor hun producten. Dit bedrag is bedoeld om de kosten van de duurzame productie te dekken. Ook biedt het financiële stabiliteit voor producenten en werknemers (Fairtrade International, 2024).
2. **Vooruitbetaling:** Fairtrade-kopers zijn zich bewust van de financiële nadelen waar producenten en leveranciers mee te maken hebben. Fairtrade-kopers kunnen op verzoek van de producenten een voorschot van ten minste 50% renteloos betalen voor handicraft-producten en een voorschot van ten minste 50% met een redelijke rente voor voedselproducten.
3. **Langdurige handelsrelaties:** Fairtrade-organisaties onderhouden langdurige relaties gebaseerd op solidariteit, vertrouwen en wederzijds respect. Dit draagt bij aan de promotie en groei van Fairtrade. Ze onderhouden effectieve communicatie met hun partners, streven ernaar om handel en inkomens van producenten te verhogen en vermijden oneerlijke concurrentie en het kopiëren van patronen van andere organisaties.
4. **Fairtrade-premium:** De Fairtrade-organisatie heeft een regel vastgesteld dat kopers een premie moeten betalen voor producten met het Fairtrade-keurmerk. Dit heet de Fairtrade-premium, ook wel de Fairtrade-premie genoemd. Dit is een extra bedrag bovenop de verkoopprijs. Dit bedrag wordt gebruikt om projecten te financieren die de leef- en werkomstandigheden van producenten verbeteren (Fairtrade International, 2024).

4. Eerlijke betaling

Een eerlijke betaling betekent dat het loon dat producenten ontvangen op een eerlijke manier tot stand is gekomen, door overleg en onderhandelingen tussen koper en verkoper. Het principe zorgt ook voor een gelijke beloning voor mannen en vrouwen. Het doel is altijd het betalen van een leefbaar loon.

Eerlijke betaling bestaat uit 3 onderdelen:

1. **Eerlijke prijzen:** Een eerlijke prijs wordt samen vastgesteld tussen koper en verkoper. Er wordt rekening gehouden met de werkelijke productiekosten en een redelijke winst.
2. **Eerlijke lonen:** Arbeiders krijgen een loon dat ten minste gelijk is aan het lokale leefbare loon.
3. **Leefbaar loon:** Dit is het loon dat een werknemer ontvangt voor een standaardwerkweek (maximaal 48 uur). Dit loon moet genoeg zijn om de werknemer van basisbehoeften te voorzien (World Fairtrade Organization, 2023).

5. Geen kinderarbeid of gedwongen arbeid

Fairtrade accepteert geen kinderarbeid of gedwongen arbeid. De organisatie houdt zich aan het VN-Kinderrechtenverdrag en de nationale en lokale wetgeving rond kinderarbeid. Ieder kind dat betrokken is bij de productie van Fairtrade-producten moet bekend zijn en worden gemonitord. De productie mag geen negatieve invloed hebben op het welzijn, de veiligheid, de onderwijsbehoeften en de speeltijd van het kind. Organisaties die Fairtrade-producten afnemen, zorgen ervoor dat er geen sprake is van gedwongen arbeid bij de productie en dat de producent zich houdt aan het VN-Kinderrechtenverdrag en de nationale/lokale wetgeving rond kinderarbeid (World Fairtrade Organization, 2023).

6. Gelijke kansen

Fairtrade vindt het belangrijk dat iedereen gelijk is. Iedereen moet op een eerlijke manier behandeld worden en gelijke kansen krijgen. Er mag geen discriminatie plaatsvinden op basis van ras, kaste, nationale afkomst, religie, handicap, geslacht, seksuele geaardheid, vakbondslidmaatschap, politieke voorkeur, hiv/aids-status of leeftijd.

De organisatie zet zich in voor gendergelijkheid, zodat vrouwen dezelfde mogelijkheden hebben als mannen. Ze ontvangen hetzelfde loon voor gelijk werk.

Ook respecteert Fairtrade het recht om vakbonden op te richten. De organisatie zorgt ervoor dat werknemersvertegenwoordigers niet worden gediscrimineerd op de werkplek (World Fairtrade Organization, 2023).

7. Goede werkomstandigheden

Fairtrade biedt een veilige en gezonde werkomgeving. De organisatie moet zich houden aan de nationale en lokale wetgeving en ILO-conventies op het gebied van gezondheid en veiligheid. De ILO-conventies zijn internationale verdragen die basisrechten en principes op het werk vastleggen voor landen die ze ratificeren (International Labour Organization, 2024). De werktijden en -omstandigheden voldoen aan de voorwaarden die zijn vastgesteld in de wetgeving en de ILO-conventies.

Fairtrade wil dat het werk dat gedaan wordt tot op zekere hoogte gezond en veilig is. De Fairtrade-organisaties streven ernaar om het bewustzijn van gezondheids- en veiligheidskwesties te vergroten en te verbeteren (World Fairtrade Organization, 2023).

8. Capaciteitsopbouw bieden

Fairtrade streeft ernaar om de positieve ontwikkelingsimpact voor kleine en kansarme producenten te vergroten door middel van Fairtrade. Dit doet de organisatie door producenten te ondersteunen bij het verbeteren van hun kennis, productie en toegang tot eerlijke markten. Ook helpt de organisatie de vaardigheden en capaciteiten van haar medewerkers te ontwikkelen (World Fairtrade Organization, 2023).

9. Promotie van Fairtrade

Fairtrade zet zich in om het bewustzijn over eerlijke handel te vergroten binnen de samenleving. Ze willen laten zien waarom eerlijke handel belangrijk is en wijzen op de noodzaak voor meer rechtvaardigheid in de wereldhandel. Consumenten kunnen pas bewuste keuzes maken als ze weten hoe producten gemaakt zijn. Daarom vertelt Fairtrade waar de producten vandaan komen, wat Fairtrade voor een organisatie is en wie de producentenorganisaties zijn. Er wordt altijd gebruikgemaakt van eerlijke reclame- en marketingtechnieken (World Fairtrade Organization, 2023).

10. Klimaatactie en bescherming van het milieu

Fairtrade ondersteunt en beoefent activiteiten die te maken hebben met productie, landbouw, dienstverlening en handel. Deze activiteiten zijn zuinig met natuurlijke hulpbronnen, hebben een lage uitstoot en zijn sociaal en economisch verantwoord. De organisatie helpt producenten zich aan te passen aan de gevolgen van klimaatverandering en ondersteunt hen bij het terugdringen van broeikasgasuitstoot. Ook werkt de organisatie samen met landbouwproducenten en inheemse gemeenschappen om hun land,

biodiversiteit en ecosystemen te beschermen. Hierdoor blijft de manier van landbouw toekomstbestendig. Ook moedigt Fairtrade kopers en importeurs aan om duurzame transportmiddelen en productiepraktijken te gebruiken. Dit hele proces draagt bij aan de bescherming van het milieu en een gezondere aarde (World Fairtrade Organization, 2023).

De geschiedenis van Fairtrade

Wereldwijd zijn er 25 Fairtrade-organisaties en drie producentennetwerken die samen deel uitmaken van een wereldwijd netwerk (Fairtrade Nederland, z.d.).

Algemene geschiedenis van Fairtrade

De Fair Trade-beweging kent geen duidelijke startdatum. De oorsprong wordt vaak teruggevoerd naar 1946, toen Edna Ruth Byler een naailes in Puerto Rico bezocht. Ze ontdekte het talent van vrouwen voor het maken van kant en de extreme armoede waar ze zich in bevond. Ze nam de werken mee naar de VS, waar ze het verkocht en het geld direct terugstuurde (Fair Trade Federation, 2018).

Europa sloot zich eind jaren vijftig bij de Fair Trade-beweging aan, toen Oxfam in het Verenigd Koninkrijk begon met de verkoop van decoratieve kunst van vluchtelingen. In Nederland startte in 1967 de stichting SOS Wereldhandel, later veranderd in Fairtrade Original, met het inkopen van producten van producentengroepen uit ontwikkelingslanden (Encyclopedia Britannica, z.d.).

Tijdens de tweede zitting van de United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) in 1968 werd de slogan "Trade, not Aid" geïntroduceerd, die een wereldwijd symbool werd voor eerlijke handelspraktijken (Encyclopedia Britannica, z.d.). In 1969 opende in Breukelen de eerste Derde-Wereld-winkel, later werd dit de Wereldwinkel genoemd. In deze winkel konden consumenten producten kopen die eerlijk waren geproduceerd (Wereldwinkel Breukelen, 2019).

Een belangrijke doorbraak kwam in 1988 met de introductie van het Max Havelaar-keurmerk, waardoor Fairtrade-producten een breder bereik kregen. In de jaren daarna volgden internationale samenwerkingen, wat in 1997 leidde tot de oprichting van de Fairtrade Labelling Organizations International (FLO) (Encyclopedia Britannica, z.d.). Sindsdien is Fairtrade uitgegroeid tot een wereldwijd netwerk dat miljoenen producenten ondersteunt met eerlijke prijzen, duurzame handel en betere werkomstandigheden.

Fairtrade Nederland

Stichting Max Havelaar werd in 1988 opgericht door Frans van der Hoff en Nico Roozen naar aanleiding van een dringende oproep van koffieboeren in Mexico. Ze stelden dat structurele verandering beter was dan tijdelijke hulp: "Hulp is mooi, maar een eerlijke prijs voor onze koffie is nog beter. Dan hoeven we onze hand niet langer op te houden". De stichting werd vernoemd naar Max Havelaar, een fictief personage dat in de 19e eeuw op Java de strijd aanging met corruptie binnen de overheid en de uitbuiting van lokale koffieboeren door Nederlandse kolonisten (Fairtrade Nederland, z.d.).



Fairtrade Original

Fairtrade Original werd in 1959 opgericht door Enny Wolak en Paul Meijs onder de naam SOS Wereldhandel. Paul Meijs kocht voor het eerst in 1973 50.000 kilo eerlijke koffie in, een stap die later beschouwd werd als het begin van een bredere eerlijke-handelsbeweging. In 1988 werd het eerste Fairtrade-keurmerk in Nederland geïntroduceerd (Max Havelaar), waarmee producten met het keurmerk duidelijk zichtbaar werden in de winkel. Vier jaar later, in 1994, opende Fairtrade Original haar eigen winkels onder de naam 'Fair Trade'. Sinds 2006 is Fairtrade Original een eigen merk. Onder deze naam werd in 2006 een reeks producten gelanceerd in de schappen van grote Nederlandse supermarkten. In de jaren daarna groeide het assortiment verder en steeg het productie- en



verkoopvolume. Zo werden er bijvoorbeeld in 2016 meer dan 1,6 miljoen blikjes kokosmelk verkocht. In 2023 lanceerde de organisatie een campagne onder de titel “Wake Up! Sta open voor eerlijke koffie”, omdat Fairtrade Original zich al 50 jaar inzet om de leefomstandigheden van koffieboeren te verbeteren (Fairtrade Original, 2025).

De missie van Fairtrade

De missie van Fairtrade is om handel eerlijker te maken en bij te dragen aan duurzame ontwikkeling wereldwijd. De organisatie wil kansarme boeren en producenten in productielanden de kans geven om een stabiel inkomen te verdienen, armoede te bestrijden en hun positie te versterken. Fairtrade verbindt producenten en consumenten met elkaar en bevordert eerlijkere handelsvoorwaarden (Fairtrade International, z.d.).

Conclusie

Uit deze deelvraag blijkt dat Fairtrade meer is dan alleen een keurmerk. Het is een wereldwijde beweging die zich inzet voor eerlijke handel en gelijke kansen voor producenten wereldwijd (Fairtrade International, z.d.). De organisatie werkt volgens vaste principes, zoals eerlijke betaling, veilige werkomstandigheden en respect voor mens en milieu (World Fairtrade Organization, 2023). Door deze principes krijgen kansarme producenten in ontwikkelingslanden de kans om een stabiel inkomen op te bouwen en hun leefomstandigheden te verbeteren (Fairtrade International, z.d.). Wat ooit begon als een kleinschalig initiatief, is uitgegroeid tot een wereldwijde beweging die bewijst dat handel ook eerlijk, duurzaam en mensgericht kan zijn.

Wat maakt Fairtrade verschillend van andere keurmerken?

In winkels kom je tegenwoordig allerlei verschillende keurmerken tegen, maar het is niet altijd duidelijk waarvoor ze staan. Sommige keurmerken richten zich op duurzaamheid, andere op het dierenwelzijn of eerlijke handel en er zijn ook keurmerken die door bedrijven zelf worden gebruikt. Voor consumenten is het daardoor lastig te bepalen welke keurmerken betrouwbaar zijn en welke vooral bedoeld zijn om een product aantrekkelijker te laten lijken.

Met deze deelvraag wil ik onderzoeken wat keurmerken zijn, welke verschillende soorten er bestaan en hoe ze gecontroleerd worden. Dit is nodig om later te kunnen beoordelen of Fairtrade echt anders is dan andere labels, of dat het gewoon een van de vele keurmerken is die op producten verschijnen.

Wat is een keurmerk?

Een keurmerk is een logo of symbool dat op een product of dienst wordt geplaatst om informatie te geven over de kwaliteit. Dit wordt gedaan omdat consumenten vaak niet zelf kunnen beoordelen of een product duurzaam, veilig of eerlijk geproduceerd is. Een keurmerk helpt om deze informatie duidelijk en betrouwbaar te maken.

Niet alle keurmerken zijn hetzelfde. Ze verschillen van elkaar in strengheid, onafhankelijkheid en controle. In Nederland wordt onderscheid gemaakt tussen drie soorten keurmerken (Kenniscentrum voor beleid en regelgeving, z.d.):

- **Eerstegraads keurmerken:** Dit zijn keurmerken die voldoen aan vastgestelde eisen van de Raad voor Accreditatie. Deze keurmerken worden ook wel certificaten genoemd. Eerstegraads keurmerken worden als zeer betrouwbaar beschouwd, omdat ze gecontroleerd worden door een onafhankelijke instantie. Een voorbeeld hiervan is het CE-keurmerk.
- **Tweedegraads keurmerken:** Dit zijn keurmerken die ontwikkeld zijn door brancheorganisaties. Het zijn collectieve merken. Als bedrijven aan bepaalde voorwaarden voldoen, krijgen ze het recht om het keurmerk te gebruiken. De organisatie die het keurmerk beheert, stelt regels op over de kwaliteit, veiligheid, betrouwbaarheid en milieuvriendelijkheid. Deze regels zijn vastgesteld in het reglement. De controle bij een tweedegraads keurmerk is aanwezig, maar gebeurt niet altijd door een onafhankelijke instantie. Een voorbeeld hiervan is de Keurslager.
- **Derdegraads keurmerken:** Dit zijn logo's of stempels die de indruk geven een keurmerk te zijn, maar dat niet zijn. Derdegraads keurmerken verschillen nauwelijks van gewone merken. Een voorbeeld hiervan is de Prijsfavoriet van de Albert Heijn.

Fairtrade als keurmerk

Fairtrade is een keurmerk dat producten mogen dragen wanneer ze voldoen aan de strenge internationale standaarden van Fairtrade, zoals de tien Fairtrade-principes, vastgesteld door de World Fair Trade Organization (WFTO, 2023). Het keurmerk geeft consumenten duidelijkheid over hoe de producten zijn geproduceerd en verhandeld. Alleen de producten die voldoen aan deze standaarden mogen het Fairtrade-logo dragen.

De naleving van deze standaarden wordt gecontroleerd door FLOCERT, een onafhankelijke organisatie die onderzoek uitvoert bij producenten en handelaren (FLOCERT, 2025). Hierdoor valt Fairtrade onder de categorie eerstegraads keurmerken.

Als een product het Fairtrade-keurmerk draagt, laat dit niet alleen zien dat het aan de principes voldoet, maar zegt het ook iets over de traceerbaarheid en de samenstelling van het product. Door verschillen in de samenstelling en ingrediënten van een product bestaan er verschillende vormen van het Fairtrade-keurmerk (Fairtrade Nederland, z.d.):

- **Fairtrade-keurmerk:** Als dit keurmerk op een product staat, betekent het dat alle ingrediënten van een product voldoen aan de Fairtrade-standaarden. Ze zijn volledig traceerbaar in de hele keten, van boerderij tot verkooppunt. Ook wordt het product gescheiden gehouden van niet-gecertificeerde producten tijdens de productie. Het logo komt vooral op producten met één ingrediënt.
- **Fairtrade-keurmerk met een pijl:** Het product bestaat uit meerdere ingrediënten die Fairtrade beschikbaar en Fairtrade gecertificeerd zijn. Het product moet in totaal uit minstens 20% Fairtrade-ingrediënten bestaan. Als je het Fairtrade-keurmerk met een pijl ziet, kun je op de achterkant van de verpakking lezen over de ingrediënten en de inkoopwijze.
- **Fairtrade Sourced Ingredient-keurmerk:** Deze witte keurmerken geven aan dat één specifiek ingrediënt in het product Fairtrade is ingekocht. Het keurmerk verschilt van het normale keurmerk, omdat het geen vereiste is dat alle ingrediënten Fairtrade zijn. Het ingrediënt dat Fairtrade is, voldoet aan dezelfde standaarden als ingrediënten van het normale keurmerk.



Andere keurmerken uitgelegd

Rainforest Alliance

Rainforest Alliance is een internationale organisatie die zich inzet om de natuur te beschermen en de levensomstandigheden van boeren en bosgebieden te verbeteren. De organisatie werkt internationaal samen om bossen te herstellen, klimaatverandering tegen te gaan, plattelandseconomieën op te bouwen en het naleven van de mensenrechten (Rainforest Alliance, 2025). Een belangrijk instrument van Rainforest Alliance is het certificeringsprogramma. Binnen het certificeringsprogramma zijn verschillende standaarden beschikbaar, zoals de Sustainable Agriculture Certification (SAS) en de Regenerative Agriculture Certification (RAS).

De Sustainable Agriculture Certification is de meest traditionele standaard. Het ondersteunt de drie pijlers van duurzaamheid: sociaal, ecologisch en economisch. Boeren en bedrijven die SAS-gecertificeerd zijn, voldoen aan eisen op het gebied van bodemgezondheid, bescherming van bossen en biodiversiteit en eerlijke arbeidsomstandigheden.

De Regenerative Agriculture Certification richt zich sterker op de bodemgezondheid, biodiversiteit en klimaatbestendigheid, boven op de eisen van de Sustainable Agriculture Certification (Rainforest Alliance, 2025).



Fair for Life

Fair for Life is een internationaal keurmerk dat gebaseerd is op een reeks normen die zijn gericht om op een mensgerichte, ethische en verantwoorde manier commerciële partnerschappen op de lange termijn binnen toeleveringsketens te vestigen en te waarborgen (Fair for Life, z.d.).

Het keurmerk gebruikt acht principes (Fair for Life, 2022):

1. Fairtrade-beleidmanagement: Organisaties moeten een duidelijk Fairtrade-beleid hebben waarin doelen, verantwoordelijkheden en verbeterplannen zijn vastgelegd. Organisaties volgen de algemene doelstellingen voor eerlijke handel door middel van regelmatige aanpassingen en een voortdurende verbeteringsaanpak.
2. Maatschappelijke verantwoordelijkheid: Dit principe richt zich op de arbeidsrechten en sociale omstandigheden. Er zijn twaalf eisen:



- Geen dwangarbeid
- Het recht om te organiseren en collectief te handelen
- Geen kinderarbeid en jonge werknemers worden beschermd
- Gelijke en respectvolle behandeling van werknemers
- Disciplinaire maatregelen zijn eerlijk
- Een veilige en hygiënische werkomgeving
- De relatie tussen werknemer en werkgever is omschreven
- Een eerlijke beloning
- De werkgever ondersteunt
- De werktijden zijn niet extreem
- De werkgever streeft naar reguliere arbeid
- De werkgever stimuleert werknemers om bij te scholen
- 3. Milieuverantwoordelijkheid: Producenten en bedrijven moeten ernaar streven de milieu-impact van hun activiteiten tot een minimum te beperken. Dit houdt in verantwoord gebruik te maken van natuurlijke hulpbronnen, bescherming van biodiversiteit en het beperken van schadelijke stoffen.
- 4. Lokale impact: Fair for Life stimuleert een positieve bijdrage aan lokale gemeenschappen.
- 5. Fair Trade in supply chain management: Dit principe focust op het eerlijk laten verlopen van de zakelijke praktijken, met als doel eerlijke handelsrelaties binnen de keten.
- 6. Empowerment en capaciteitsopbouw: Producenten en werknemers moeten ondersteund worden in hun ontwikkeling en verbetering van levensomstandigheden.
- 7. Respect voor de consument: Consumenten moeten duidelijke en eerlijke informatie krijgen over de producten die ze kopen. Centraal staat de traceerbaarheid en correcte informatie over de herkomst van een product.
- 8. Beheer van certificering en prestaties: Dit principe beschrijft de eisen rondom certificering, controle en verbetering van de organisatie. Onafhankelijke audits zorgen ervoor dat organisaties voldoen aan de normen van Fair for Life.

FairWild

FairWild is een internationaal keurmerk dat zich inzet voor de duurzame en eerlijke oogst en handel van wild verzamelde natuurlijke ingrediënten en producten. Het keurmerk heeft de visie om een eerlijke en duurzame toekomst voor wilde planten en mensen waar te maken (FairWild Foundation, z.d.).

De FairWild-standaard bestaat uit zeven principes die betrekking hebben op drie thema's: de ecologische, sociaal-culturele en zakelijke vereisten voor duurzame wildverzameling (FairWild Foundation, z.d.):

1. Het verzamelen van wilde soorten draagt bij aan het behoud van de geogste soorten.
2. Het verzamelen van wilde planten heeft een neutrale of positieve impact op het verzamelgebied en het bredere landschap.
3. De mensenrechten van wildverzamelaars en hun werknemers worden gerespecteerd.
4. De afspraken tussen exploitanten, wildverzamelaars en werknemers zijn eerlijk.
5. De voordelen en het respect voor de traditionele rechten van wildverzamelaars en hun gemeenschappen worden gewaarborgd.
6. Het oogsten en verhandelen van natuurlijke hulpbronnen is wettelijk conform.
7. Verantwoorde bedrijfspraktijken worden toegepast (FairWild Foundation, 2023).



ProTerra

ProTerra is een internationaal keurmerk dat zich inzet voor de duurzame en eerlijke productie van diervoeder en voedingsmiddelen. De organisatie streeft naar een wereld waarin bedrijven bijdragen aan de bescherming van biodiversiteit door over te schakelen op duurzame productie, natuurlijke hulpbronnen te behouden en ervoor te zorgen dat lokale gemeenschappen met waardigheid en respect behandeld worden (ProTerra Foundation, 2023).



ProTerra maakt gebruik van tien principes (ProTerra Foundation, 2025):

1. Beheersysteem en naleving: Organisaties moeten een beheersysteem hebben en voldoen aan wet- en regelgeving, internationale verdragen en de ProTerra-standaard.
2. Mensenrechten en arbeidsbeleid: De rechten van werknemers worden gerespecteerd en er geldt een verantwoord arbeidsbeleid.
3. Relaties met werknemers en gemeenschap: Er wordt op een respectvolle manier omgegaan met werknemers en lokale gemeenschappen.
4. Biodiversiteit en milieubeheer: Bedrijven spelen een rol bij het behoud van biodiversiteit en passen milieubeheer toe om ecosystemen te beschermen.
5. Geen genetisch gemodificeerde organismen (GGO's): Het is niet toegestaan om GGO's te gebruiken.
6. Beheer van vervuiling en afval: Vervuiling wordt zoveel mogelijk voorkomen en afval wordt op een verantwoorde manier beheerd en verminderd.
7. Waterbeheer: Waterbronnen worden op een duurzame manier beheerd en beschermd tegen vervuiling en verspilling.
8. Broeikasgassen en energiebeheer: Organisaties nemen maatregelen om de uitstoot van broeikasgassen te verminderen en energie efficiënt te gebruiken.
9. Toepassing van goede landbouwpraktijken: De productie vindt plaats volgens goede landbouwpraktijken.
10. Traceerbaarheid en chain of custody: De herkomst van producten is volledig traceerbaar binnen de gehele keten.

Waarin verschilt Fairtrade van andere keurmerken?

Op het eerste gezicht lijken Fairtrade en andere keurmerken erg op elkaar. Toch zijn er verschillen. Kijkend naar de beschreven keurmerken, onderscheidt ieder keurmerk zich door andere standaarden, een eigen aanpak en andere prioriteiten.

Het belangrijkste verschil tussen Fairtrade en andere keurmerken is de manier waarop economische zekerheid is vastgesteld voor producenten. Fairtrade is het enige keurmerk dat een minimumprijs hanteert en werkt met een verplichte premie, de Fairtrade-premie (Fairtrade International, 2024). Zoals beschreven in de eerste deelvraag is de minimumprijs het laagst mogelijke bedrag dat kopers verplicht zijn te betalen aan producenten voor hun producten en de Fairtrade-premie een extra bedrag bovenop de verkoopprijs (Fairtrade International, 2024). Door de combinatie van de minimumprijs en de Fairtrade-premie kunnen producenten niet alleen een stabiel inkomen krijgen, maar ook investeren in hun gemeenschap.

Andere keurmerken leggen de nadruk op andere aspecten. Zo richt Rainforest Alliance zich vooral op milieu, biodiversiteit en het tegengaan van klimaatverandering (Rainforest Alliance, 2025). Fair for Life focust zich op mensgerichte en ethische handelsrelaties binnen de toeleveringsketen (Fair for Life, z.d.). FairWild benadrukt een duurzame en eerlijke oogst van wild verzamelde ingrediënten en producten (FairWild Foundation, z.d.). ProTerra legt de nadruk op de productie van diervoeder en voedingsmiddelen, met als doel dat bedrijven bijdragen aan de bescherming van de biodiversiteit (ProTerra Foundation, 2023).

Conclusie

Uit deze deelvraag blijkt dat Fairtrade onder de eerstegraads keurmerken valt, omdat het keurmerk onafhankelijk gecontroleerd wordt (Kenniscentrum voor beleid en regelgeving, z.d.) door FLOCERT (FLOCERT, 2025). Hierdoor krijgen consumenten garantie over de kwaliteit, transparantie en betrouwbaarheid van het keurmerk (Kenniscentrum voor beleid en regelgeving, z.d.).

Fairtrade verschilt van andere keurmerken, doordat het keurmerk de nadruk legt op eerlijke handel en het bieden van economische zekerheid voor producenten. Fairtrade is het enige keurmerk dat een minimumprijs en een verplichte Fairtrade-premie hanteert. Hiermee worden producenten beschermd tegen schommelingen in de markt. Dit garandeert financiële stabiliteit en maakt het mogelijk om projecten te financieren die de leef- en werkomstandigheden van producenten verbeteren (Fairtrade International, 2024).

Wat zijn de voor- en nadelen van Fairtrade?

Het Fairtrade-keurmerk wordt vaak gezien als een positieve bijdrage aan eerlijke handel. Veel consumenten hebben het gevoel dat ze een bewuste en verantwoorde keuze maken bij het kopen van Fairtrade-producten. Echter bestaan er ook kritische geluiden over de werking en de gevolgen van Fairtrade. Zo wordt de vraag gesteld of Fairtrade altijd leidt tot betere inkomens voor producenten en of het keurmerk voor iedereen toegankelijk is.

Met deze deelvraag wil ik onderzoeken wat de voor- en nadelen van Fairtrade zijn. Dit wil ik doen door de positieve effecten en kritiekpunten in kaart te brengen. Hierdoor ontstaat een evenwichtig beeld van de impact van Fairtrade in de praktijk. Dit is nodig om uiteindelijk een conclusie te kunnen trekken over de rol van Fairtrade binnen de internationale handel.

Wat zijn de voordelen van Fairtrade?

Economische voordelen

Veel boeren en producenten in productielanden zijn afhankelijk van de wereldmarktprijzen. Deze prijzen schommelen erg en liggen vaak onder de kostprijs van de productie. Voor boeren betekent dit dat ze moeilijk een stabiel inkomen kunnen verdienen, wat het risico op armoede en schulden vergroot (Fairtrade Nederland, z.d.).

Inkomenszekerheid

Een duidelijk economisch voordeel van Fairtrade is de inkomenszekerheid. Deze zekerheid wordt mogelijk gemaakt door de minimumprijs. Veel prijzen op de wereldmarkt schommelen erg, waardoor boeren vaak onder de kostprijs hun producten moeten verkopen. De Fairtrade-minimumprijs werkt als een soort vangnet. Wanneer de marktprijs laag is, ontvangen boeren toch een eerlijke prijs om de kosten van de productie te dekken (Fairtrade Nederland, z.d.). Uit meer dan 60 onderzoeken is gebleken dat de minimumprijs een positief effect heeft op de lange termijn (Fairtrade International, 2025).

Investerings met de Fairtrade-premie

Een ander duidelijk economisch voordeel van Fairtrade is de Fairtrade-premie. Dit extra bedrag dat bovenop de verkoopprijs betaald wordt, wordt in de praktijk vaak gebruikt voor projecten, zoals scholen of het verbeteren van huisvesting (Fairtrade Nederland, z.d.). Ook hier is uit meer dan 60 onderzoeken gebleken dat de Fairtrade-premie een positief effect heeft op de lange termijn (Fairtrade International, 2025).

Toegang tot markten

Fairtrade vergroot de toegang tot wereldwijde afzetmarkten. Voor veel kleine boeren is het moeilijk om in contact te komen met betrouwbare afnemers. Fairtrade brengt boeren in contact met wereldwijde afzetmarkten, waardoor hun afzetmogelijkheden vergroten en het inkomen van werknemers stijgt (Fairtrade Nederland, z.d.).

Sociale voordelen

In veel productielanden krijgen boeren en producenten te maken met sociale problemen zoals onveilige werkomstandigheden, kinderarbeid en ongelijkheid. Zo leven er naar schatting ongeveer 40,3 miljoen mensen in moderne slavernij (Fairtrade Nederland, z.d.) en is ongeveer 70% van alle mensen in extreme armoede vrouw (Fairtrade Nederland, z.d.).

Fairtrade ziet deze uitdagingen en heeft daardoor sociale standaarden geïntegreerd. Deze standaarden richten zich op het beschermen van de rechten van werknemers, het tegengaan van kinderarbeid en genderongelijkheid en het versterken van inspraak (Fairtrade Nederland, z.d.).

Kinderbescherming

Een belangrijk sociaal voordeel van Fairtrade is de bescherming van kinderen tegen schadelijk werk. Volgens UNICEF doen 160 miljoen kinderen werk dat schadelijk is voor hun gezondheid, veiligheid of dat hun scholing belemmert. Ongeveer 70% werkt in de landbouwsector. Kinderarbeid wordt gezien als werk (betaald of onbetaald) dat schadelijk is voor de gezondheid, het welzijn, het onderwijs, de vrije tijd of de ontwikkeling van een kind. Fairtrade verbiedt kinderarbeid door strenge standaarden. De aanpak van kinderbescherming is gebaseerd op mensenrechten en pakt de directe oorzaken van dit probleem aan. Wanneer kinderarbeid wordt ontdekt, werkt Fairtrade samen met kinderbeschermingsorganisaties en lokale instanties om ervoor te zorgen dat de kinderen veilig zijn en de juiste hulp krijgen voor de lange termijn. Door Fairtrade-producten te kopen, steun je boeren en producenten om een beter inkomen te verdienen, zodat hun kinderen naar school kunnen en dat de onderliggende oorzaken van kinderarbeid aangepakt worden (Fairtrade Nederland, z.d.).

Gendergelijkheid

Een ander belangrijk voordeel van Fairtrade is de aandacht voor gendergelijkheid. In veel landbouwgemeenschappen hebben vrouwen een belangrijke rol in de productie, maar krijgen ze minder kansen dan mannen. Vrouwen hebben vaak geen zeggenschap over het geld dat ze verdienen, bezitten vaak geen land, hebben vaak minder toegang tot onderwijs of benodigdheden en worden vaak gediscrimineerd bij het aanvragen van krediet. De aanpak van Fairtrade op het gebied van gendergelijkheid is dat zij boerenorganisaties steunen in hun strijd. De Fairtrade-standaarden zijn ontworpen om ongelijkheid tussen mannen en vrouwen te voorkomen. Ook heeft Fairtrade programma's ontwikkeld die speciaal gericht zijn op het trainen van vrouwen en het ondersteunen van hun leiderschapsrollen binnen gemeenschappen. Een voorbeeld hiervan is *Women's Schools of Leadership* (Fairtrade Nederland, z.d.). Dit is een programma dat vrouwelijke boeren ondersteunt door middel van training en begeleiding, om meer zelfvertrouwen te krijgen en actiever te kunnen deelnemen aan besluitvorming binnen coöperaties (Fairtrade Africa, z.d.).

Rechten van werknemers

Fairtrade zet zich in voor de rechten van werknemers. In veel productielanden ervaren werknemers nog steeds slechte arbeidsomstandigheden. Fairtrade heeft daarom sterke standaarden ingesteld die zijn gebaseerd op de afspraken en aanbevelingen van de International Labour Organization (ILO). Een belangrijk voordeel is dat werknemers de mogelijkheid hebben om deel te nemen aan vakbonden en ondersteund worden bij het leren over hun rechten. Fairtrade werkt samen met coöperaties en gemeenschappen om ervoor te zorgen dat deze rechten worden nageleefd, zodat producenten een menswaardig en veilig werklevens kunnen hebben (Fairtrade Nederland, z.d.).

Goede leefomstandigheden

Tot slot draagt Fairtrade bij aan het bevorderen van goede leefomstandigheden voor boeren en producenten. In veel productielanden verdienen mensen te weinig om de basisbehoeften te kunnen betalen. Fairtrade streeft ernaar dat boeren en werknemers een inkomen kunnen verdienen waarmee zij een menswaardig leven kunnen leiden. Door eerlijke handelsvoorwaarden en ondersteuning van sociale programma's helpt Fairtrade deze leefomstandigheden te verbeteren. De kans om een eerlijk inkomen te verdienen geeft de volgende generatie boeren en werknemers een betere toekomst (Fairtrade Nederland, z.d.).

Milieuvoordelen

Het klimaat verandert snel en heeft een directe impact op landbouwgemeenschappen, vooral in tropische gebieden. Dit zijn gebieden waar veel Fairtrade-producten geproduceerd worden. Hogere temperaturen, droogte, overstromingen, ziektes, slechte grond en ontbossing kunnen leiden tot mislukte oogsten. Dit leidt tot inkomensverlies voor producenten. Naar verwachting zal tegen 2050 een daling van 12% van de gewassenopbrengst plaatsvinden en zal de helft van de grond die momenteel voor koffieteelt gebruikt wordt niet meer bruikbaar zijn (Fairtrade Nederland, z.d.). Fairtrade ziet deze uitdagingen en heeft daardoor een klimaat- en milieubeleid geïntegreerd. Dit beleid richt zich op het ondersteunen van boeren bij het aanpassen aan klimaatverandering en het verminderen van hun ecologische voetafdruk (Fairtrade International, 2015).

Bosbescherming en ontbossing

Een van de meest duidelijke milieuvoordelen van Fairtrade is de bijdrage aan bosbescherming en het voorkomen van ontbossing. De studie *The Effect of Fairtrade on Forest Protection and Deforestation Prevention* toont aan dat Fairtrade-coöperaties beter in staat zijn om bossen te beschermen dan producenten die niet Fairtrade-gecertificeerd zijn (Fairtrade International, 2024). Dit komt doordat de Fairtrade-standaarden eisen bevatten die waarborgen dat productielocaties geen schade toebrengen aan bestaande bossen. Fairtrade's aanpak om ontbossing tegen te gaan bestaat uit verschillende manieren (Fairtrade Nederland, z.d.):

- **Gedeelde verantwoordelijkheid:** Fairtrade legt de verantwoordelijkheid van het tegengaan van ontbossing niet alleen bij de boeren, maar bij elke ketenpartij in de internationale waardeketen.
- **Betrouwbare data en slimme monitoring:** De aanpak sluit aan bij de Europese ontbossingsverordening (EUDR). Boeren krijgen uitleg bij het aanleveren van de juiste gegevens.
- **Sterke standaarden met onafhankelijke controle:** Fairtrade-standaarden bevatten eisen voor monitoring, risicobeoordeling en actieplannen met onafhankelijke controle.
- **Aanpakken van oorzaken:** Door de Fairtrade-minimprijs en premie krijgen boeren meer economische zekerheid. Hierdoor zijn ze minder gedwongen om bossen te kappen voor extra landbouwgrond.

Agro-ecologie

Een belangrijk milieuvoordeel van Fairtrade is de inzet van agro-ecologie. Agro-ecologie is een slimme manier van boeren, waarbij ze goed zorgen voor de natuur om zich heen en voor zichzelf. Het houdt in dat boeren een duurzame benadering van landbouw gebruiken. Ze werken samen met de natuur in plaats van ertegenin. Boeren gebruiken verschillende gewassen op hun land, bestrijden plagen zonder gif en laten de bodem niet uitgeput achter. Fairtrade helpt en ondersteunt boeren om op deze manier te werken. Op deze manier blijft het land gezond, groeien er voldoende gewassen en verdienen boeren een beter inkomen (Fairtrade Nederland, z.d.). Het maakt klimaatbestendige landbouw mogelijk, wat bijdraagt aan natuurbehoud (Fairtrade International, 2024).

Een belangrijk onderdeel van de Fairtrade-aanpak is dat milieu- en klimaatacties worden gecombineerd met economische middelen. Door de minimprijs hebben boeren de mogelijkheid om te investeren in klimaatadaptieve methoden. Zonder deze minimprijs zouden veel boeren niet kunnen investeren om klimaatverandering tegen te gaan (Fairtrade Nederland, z.d.).

Wat zijn de nadelen van Fairtrade?

Uit onderstaande punten blijkt dat er vooral sprake is van kritiek op Fairtrade. Deze kritiek richt zich vaak op de beperkingen en niet op de negatieve effecten van Fairtrade. Veel argumenten worden vaak niet onderbouwd met betrouwbare bronnen, wat het moeilijk maakt om ze af te wegen tegen de voordelen. Fairtrade erkent zelf er niet in te geloven dat er maar één oplossing is, maar wel onderdeel uitmaakt van een bredere aanpak voor eerlijke handel (Fairtrade Nederland, z.d.). Beter is het om te kijken naar wat Fairtrade beter kan doen.

Hogere prijzen

Een veelgehoord kritiekpunt op Fairtrade zijn de hogere prijzen van Fairtrade-producten in vergelijking met niet-gecertificeerde producten. Voor sommige mensen vormt dit een drempel om bewust Fairtrade-producten te kopen.

Echter, in de praktijk blijkt dat de prijsverschillen vaak niet aanwezig zijn. Onderzoek laat zien dat prijsverschillen tussen Fairtrade-producten vaak klein zijn of dat Fairtrade-producten zelfs goedkoper zijn. (Fairtrade Gemeenten, 2025). Tegenwoordig zijn er steeds meer huismerken en andere budgetvriendelijke opties die Fairtrade bieden. Fairtrade is verkrijgbaar in alle prijsklassen (Fairtrade Nederland, z.d.).

Beperkte impact op armoede

Een ander veelgenoemd kritiekpunt op Fairtrade is dat Fairtrade een beperkte impact op armoede heeft. Critici stellen dat ondanks certificering boeren nog steeds in armoede leven en dat voordelen vooral bij handelaren en coöperaties terechtkomen.

Onderzoek laat echter zien dat Fairtrade wel degelijk meetbare positieve effecten heeft. Uit een analyse van 122 wetenschappelijke studies is gebleken dat Fairtrade-certificering meetbare positieve effecten heeft op het inkomen van boeren (Fairtrade International, 2025). Daarnaast laten cijfers zien dat boerencoöperaties en werknemers de premies collectief investeren in projecten. In 2023 verdienden boeren en werknemers ongeveer 211 miljoen aan Fairtrade-premies. In dat jaar investeerden werknemers 69% van hun deel in sociale investeringen (Fairtrade International, z.d.).

Conclusie

Uit deze deelvraag blijkt dat Fairtrade duidelijke voordelen biedt op economisch, sociaal en milieugebied. Op economisch vlak zorgt Fairtrade voor meer inkomenszekerheid, investeringsmogelijkheden en toegang tot markten voor boeren (Fairtrade International, 2025; Fairtrade Nederland, z.d.). Op sociaal vlak draagt Fairtrade bij aan de bescherming van kinderrechten, gendergelijkheid, verbetering van arbeidsrechten en verbetering van levensomstandigheden (Fairtrade Nederland, z.d.). Ook laat onderzoek zien dat Fairtrade bijdraagt aan milieubescherming door bosbescherming en klimaatbestendige landbouwpraktijken te stimuleren (Fairtrade International, 2024). De vaak genoemde nadelen van Fairtrade blijken vooral kritiekpunten te zijn, zonder dat deze argumenten worden ondersteund door betrouwbare bronnen. Veel studies laten zien dat Fairtrade vele positieve effecten heeft (Fairtrade International, 2025). Zelf erkent Fairtrade dat er niet maar één oplossing is, maar dat het wel een belangrijk onderdeel is binnen een bredere aanpak van eerlijke handel (Fairtrade Nederland, z.d.).

In hoeverre bepaalt de consument het succes van Fairtrade?

Consumenten hebben tegenwoordig een belangrijke rol binnen het huidige voedselsysteem. Elke aankoop die zij doen heeft invloed op wat er geproduceerd wordt en onder welke omstandigheden dit gebeurt. Ondanks dat veel beslissingen door bedrijven en overheden genomen worden, kan ook het koopgedrag van consumenten bijdragen aan veranderingen.

Met deze deelvraag wil ik onderzoeken in hoeverre de consument invloed heeft op het succes van Fairtrade. Door te kijken naar het koopgedrag, de houding en de bereidheid van consumenten wordt duidelijk welke rol de consument heeft. Dit is nodig om inzicht te krijgen in hoe het succes van Fairtrade vergroot kan worden.

Wat is een consument?

Een consument is een natuurlijk persoon die goederen of diensten aanschaft voor persoonlijk gebruik. Dit betekent dat de consument handelt voor privédoeleinden en niet in het kader van een beroep, bedrijf of organisatie. De aankopen die een consument doet zijn voor eigen gebruik of consumptie en niet om winst te maken of om producten door te verkopen (Rijksoverheid, z.d.). Met een natuurlijk persoon wordt een mens van vlees en bloed bedoeld die rechten en plichten heeft (KVK, z.d.).

Consumenten over Fairtrade

Om te onderzoeken in hoeverre consumenten invloed hebben op het succes van Fairtrade is er een enquête afgenomen. Met deze enquête (zie bijlage 1) is gekeken naar de kennis, mening en het koopgedrag van consumenten ten opzichte van Fairtrade. De respondenten bestonden uit verschillende leeftijdscategorieën, hierdoor is er een algemeen beeld ontstaan van hoe Fairtrade gezien wordt.

Uit de enquête is gebleken dat meer dan driekwart van de respondenten weleens van Fairtrade gehoord heeft. Wel verschilt het per persoon hoe goed zij weten wat Fairtrade precies inhoudt. Ongeveer de helft van de respondenten geeft aan dat zij iets van Fairtrade weten. 21,9% geeft aan dat zij goed weten wat Fairtrade betekent en dit kunnen uitleggen. Daartegenover staat dat 25% van de respondenten aangeeft er niets van te weten of alleen het logo gezien te hebben. Dit laat zien dat Fairtrade bij veel mensen bekend is, maar de kennis hierover niet altijd even groot is.

Wanneer gevraagd werd naar de mening over Fairtrade, gaf meer dan de helft van de respondenten aan positief of zeer positief tegenover Fairtrade te staan. Ongeveer 36% had geen mening of was neutraal. Slechts een klein deel van de respondenten stond negatief tegenover Fairtrade.

Ook is onderzocht of consumenten bewust producten kopen met het Fairtrade-logo. Uit de enquête is gebleken dat 53,1% van de respondenten dat nooit of zelden doet. Daarnaast is gevraagd waarom respondenten wel of niet kiezen voor Fairtrade. Het meest voorkomende antwoord om geen Fairtrade-producten te kopen, was dat respondenten er niet actief mee bezig zijn of er tijdens het winkelen niet op letten. Andere vaak genoemde antwoorden waren dat winkels te weinig aanbod hebben en dat producten duurder zijn.

Tot slot is er een situatieschets voorgelegd aan de respondenten: *“Situatie: stel dat Fairtrade-boeren door het Fairtrade-keurmerk daadwerkelijk een eerlijker en stabielere inkomen ontvangen en dit duidelijk zichtbaar zou zijn voor consumenten, zou u in deze situatie meer Fairtrade-producten kopen en bereid zijn hier meer voor te betalen?”*.

Slechts 7,8% van de respondenten antwoordden op deze vraag "nee". Dit doet vermoeden dat transparantie en zichtbare resultaten een belangrijke rol spelen in het aanmoedigen van consumenten om vaker Fairtrade-producten te kopen.

Uit de resultaten blijkt dat een positieve houding tegenover Fairtrade niet automatisch leidt tot bewust koopgedrag. Hoewel meer dan de helft van de respondenten aangeeft positief of zeer positief tegenover Fairtrade te staan, koopt een groot deel van de respondenten zelden of nooit bewust Fairtrade-producten. Dit toont aan dat kennis en houding voorwaarden zijn voor succes, maar op zichzelf niet genoeg zijn om het succes van Fairtrade te bepalen.

De Wereldwinkel

Medewerkers van Wereldwinkels zijn vrijwilligers (Wereldwinkels, z.d.). Deze medewerkers vertegenwoordigen een organisatie en handelen niet voor privédoeleinden, maar namens de Wereldwinkel zelf. Dit betekent dat de Wereldwinkel geen consument is. Wel is het belangrijk om aandacht te besteden aan de Wereldwinkel, omdat dit een plek is waar je gemakkelijk Fairtrade-producten kunt kopen.



Wereldwinkels zijn organisaties in Nederland die zich inzetten voor eerlijke handel. Wereldwinkels verkopen originele cadeaus en (h)eerlijke levensmiddelen uit andere culturen, waarbij de producten zijn gemaakt met respect voor mens en milieu (Wereldwinkels, z.d.).

De missie van de Wereldwinkel is om eerlijke handelspraktijken te bevorderen en daarmee te streven naar een rechtvaardige wereld. De Wereldwinkel wil consumenten bewust maken van de impact van hun aankopen. Daarnaast willen ze een positieve verandering teweegbrengen in de manier waarop goederen worden geproduceerd en geconsumeerd. De visie van de Wereldwinkel is een wereld waarin iedereen gelijke kansen krijgt om een waardig leven op te bouwen, ongeacht iemands achtergrond. Wereldwinkels zijn zelfstandige organisaties die gerund worden door vrijwilligers en werken op basis van de 10 criteria van de World Fair Trade Organization (WFTO). Dit zijn dezelfde standaarden die Fairtrade ook gebruikt. Ook ondersteunen ze de SDG's (Sustainable Development Goals) 1, 8 en 12 van de Verenigde Naties. Wereldwinkels werken regionaal en/of landelijk samen bij de ontwikkeling van marketing-communicatiemiddelen (Wereldwinkels, z.d.).

Interview: Joop Karremans

Joop Karremans is een van de vele vrijwilligers bij de Wereldwinkel. Ik sprak hem tijdens een van zijn diensten in de Wereldwinkel. In dit interview (zie bijlage 2) deelt hij zijn ervaringen, zijn kijk op het bewustzijn van consumenten rondom Fairtrade en zijn eigen visie daarop.



Hoe bent u bij de Wereldwinkel terechtgekomen?

"Tijdens mijn studie levensmiddelentechnologie aan de HAS in Den Bosch ben ik in aanraking gekomen met eerlijke handel. In deze tijd woonde ik samen met andere studenten en werkenden. Mijn toenmalige vriendin was vrijwilliger bij de SOS Wereldhandel. Dit wekte mijn interesse. In deze periode zat ik in het tweede jaar van mijn opleiding en begon ik veel te lezen over Fairtrade, met name over ontwikkelingssamenwerking. Hier heb ik dan ook mijn scriptie over geschreven. In mijn derde jaar liep ik stage in Tanzania. Door deze stage bleef ik erg geïnteresseerd. Later stuitte ik op de kraam van de Wereldwinkel in Gorinchem. Deze had toentertijd nog geen eigen pand. Na mijn studie werd ik gevraagd door de organisatie die het project in Tanzania had overgenomen. Echter ging de uitzending niet door, omdat ik te weinig werkervaring had. Hierna ben ik werk gaan zoeken. Drie jaar later werd ik gebeld door een vroegere collega van de ontwikkelingssamenwerkingsgroep op de

HAS met een vraag over Chikuni Fruit & Vegetable Producers LTD. Dit was een coöperatie van groente- en fruittelende boeren. Zes maanden later zat ik voor drie jaar in Zambia. Het was een onvergetelijke en aangename ervaring. Ik zag van dichtbij hoe de mensen leefden en werkten. De coöperatie was opgericht door de missie, ze gaven tuinbouwvoorlichting aan de lokale boeren. De boeren pakten de voorlichting zo goed op dat de lokale markt verzadigd werd. De missie regelde een auto, zodat de lokale boeren hun landbouwproducten konden leveren aan ziekenhuizen en middelbare scholen, waardoor ze meer inkomen kregen. We hebben ons goed vermaakt en een bijdrage kunnen leveren. Dit project heeft de motivatie gewekt om altijd bij de Wereldwinkel betrokken te zijn. In 2005 werd ik actief in de kerngroep van Wereldwinkel Venlo en in 2012 trad ik toe tot het bestuur, eerst als secretaris en later als voorzitter”.

Waarom spreekt eerlijke handel u aan?

“Eerlijke handel draait voor mij om de principes. Een van de voorwaarden om Fairtrade-gecertificeerd te zijn, is de bescherming tegen kinderarbeid. Kinderarbeid heeft altijd te maken met armoede, het is niet zomaar dat je als ouder je kinderen laat werken zonder dat ze naar school kunnen gaan. Door meer inkomen krijgen gezinnen zekerheid en ga je kinderarbeid tegen. Daarnaast vind ik het belangrijk dat we consumenten in Nederland bewust maken. Dit kan door de achtergrondverhalen te vertellen, zodat solidariteit niet ophoudt bij de grens, maar verder reikt dan onze eigen leefomgeving”.

Merkt u bewustzijn bij consumenten over Fairtrade?

“Het bewustzijn bij consumenten is heel verschillend. Je merkt dat Duitse klanten vaak direct weten wat eerlijke handel inhoudt, ze herkennen het concept van Ein Weltladen. In Nederland zie je dat Fairtrade vooral via supermarkten bekender is geworden, met name bij levensmiddelen. Acties zoals de Fairtrade Week en Wereldwinkeldag helpen het bewustzijn bij consumenten te vergroten. Toch is het algemene bewustzijn nog niet groot genoeg”.

Wat is volgens u nodig zodat Fairtrade meer succes heeft?

“Om Fairtrade meer succes te laten hebben, is het belangrijk dat eerlijke handel meer onderdeel wordt van de reguliere markt. Fairtrade moet meer mainstream worden. Daarnaast spelen handelsafspraken een grote rol: importtarieven moeten niet verhoogd worden, omdat dit het voor producenten in ontwikkelingslanden moeilijker maakt om hun producten te verkopen. Ook kan een sterke wereldwinkelbeweging helpen. Wereldwinkels kunnen laten zien waar producten vandaan komen en het verhaal achter Fairtrade vertellen. Door samen te werken en campagnes zoals de kerstpakketten en acties, kan Fairtrade zichtbaar worden voor een breder publiek”.

Welke rol spelen consumenten hierin?

“Consumenten kunnen bijdragen door bewust te kiezen voor Fairtrade-producten. Maar het gaat niet alleen om kopen, consumenten kunnen zich ook uitspreken en hun mening laten horen. Daarnaast is het belangrijk om bewustwording te vergroten, met name bij jongeren. Door middel van gastlessen en educatieve projecten, zoals Young & Fair en initiatieven binnen Fairtrade Gemeenten, kunnen consumenten leren over Fairtrade en welke impact hun keuzes hebben”.

Hoe ziet u de toekomst van Fairtrade?

“Fairtrade zal in de toekomst niet weggaan. Je ziet juist dat het aantal Fairtrade-producten blijft toenemen, vooral bij levensmiddelen. Supermarkten zullen zich aanpassen met duurzame en eerlijke producten. Tegelijkertijd blijven Wereldwinkels heel belangrijk, vooral voor Fairtrade-producten die je niet in de supermarkten vindt, zoals kunstnijverheid en cadeaus”.

Venlo: Fairtrade Gemeente

Wat is een Fairtrade gemeente?

Een Fairtrade Gemeente is een gemeente die zich actief inzet voor eerlijke handel, waarin inwoners, winkels, horeca, bedrijven, organisaties en de lokale overheid samenwerken aan meer eerlijke handel (Fairtrade Gemeenten, 2024). De missie van Fairtrade Gemeente Nederland is om meer betrokkenheid te stimuleren van burgers bij de ontwikkeling van eerlijke handel en duurzame productie, met als doel betere en duurzamere levensomstandigheden voor de boeren en arbeiders in productielanden (Fairtrade Gemeenten, 2023).

Hoe word je een Fairtrade Gemeente?

Om de titel Fairtrade Gemeente te behalen, moet een gemeente voldoen aan zes campagnecriteria:

1. **Een actief kernteam:** Er is een lokaal kernteam dat actief initiatieven neemt om de titel Fairtrade Gemeente te behalen en te behouden.
2. **De lokale overheid kiest voor Fairtrade:** Het gemeentebestuur spreekt zich uit voor Fairtrade en handelt daarna. De gemeente neemt dit op in het beleid en koopt Fairtrade-producten in.
3. **Winkels en horeca:** Lokale winkels en horeca gebruiken of verkopen Fairtrade-producten.
4. **Bedrijven en organisaties:** Lokale bedrijven en maatschappelijke organisaties gebruiken Fairtrade-producten.
5. **Media-aandacht:** Er is lokale publiciteit en bewustwording rond Fairtrade onder de inwoners.
6. **Sustainable Development Goals:** De titel Fairtrade Gemeente betekent dat een gemeente zich actief inzet voor de realisatie van de Global Goals. Het lokale kernteam draagt bij aan het levend maken van de Sustainable Development Goals en laat daarbij zien welke impact Fairtrade heeft (Fairtrade Gemeenten, 2024). De Sustainable Development Goals (SDG's) zijn 17 wereldwijde doelen die in 2015 zijn opgesteld door de Verenigde Naties om tegen 2030 armoede te bestrijden en duurzame ontwikkeling te bereiken (Fairtrade America, z.d.). Door je in te zetten voor de doelstellingen en activiteiten van Fairtrade Gemeente draag je bij aan 10 van de 17 ontwikkelingsdoelen (Fairtrade Gemeente, 2024).



Zodra een gemeente aan alle zes de criteria voldoet en dit aantoont, kan de titel officieel toegekend worden (Fairtrade Gemeenten, 2024).

Venlo als Fairtrade Gemeente

In de gemeente Venlo gebeurt veel op het gebied van Fairtrade. In 2012 behaalde de gemeente Venlo als 25^{ste} gemeente in Nederland de titel Fairtrade Gemeente, omdat de gemeente toen aan alle zes de campagnecriteria voldeed. Bij een recente aanbesteding voor warme dranken koos de gemeentelijke organisatie niet meer voor Fairtrade-producten,

waardoor criterium 2 niet meer gehaald werd. Ondanks dat blijven veel winkels, organisaties en bedrijven in Venlo wel Fairtrade-producten gebruiken en voldoet Venlo aan de andere vijf criteria. FAIR Venlo is de organisatie voor duurzaamheid, maatschappelijk verantwoord ondernemen en wereldburgerschap in Venlo. Zij vormen het lokale aanspreekpunt voor de Fairtrade-campagne en zetten zich in om de titel Fairtrade Gemeente opnieuw te behalen (Fairtrade Gemeenten, 2022). FAIR Venlo werkt samen met inwoners, scholen, bedrijven en de gemeentelijke overheid om bekendheid en bewustwording rondom de Sustainable Development Goals te vergroten (FairVenlo, z.d.).

Conclusie

Uit deze deelvraag blijkt dat consumenten een belangrijke, maar niet bepalende rol spelen in het succes van Fairtrade. Met een consument wordt een natuurlijk persoon die goederen of diensten aanschaft voor persoonlijk gebruik bedoeld (Rijksoverheid, z.d.). Het koopgedrag, de kennis en de houding van consumenten hebben invloed op de vraag naar Fairtrade-producten. Dit beïnvloedt de mate waarin Fairtrade kan groeien. Uit de enquête is gebleken dat Fairtrade bij veel consumenten bekend is en dat de meerderheid hier positief tegenover staat. Echter leidt deze positieve houding niet automatisch tot het bewust kopen van Fairtrade-producten, omdat een groot deel van de respondenten nooit of zelden Fairtrade-producten koopt. De resultaten laten zien dat consumenten vooral worden weerhouden door factoren zoals prijs, beschikbaarheid en het gebrek aan aandacht tijdens het winkelen. Tegelijkertijd toont de situatieschets uit de enquête aan dat transparantie en zichtbare resultaten een grote rol spelen in het koopgedrag. Wanneer consumenten positieve resultaten zien, zijn zij eerder bereid om Fairtrade-producten te kopen en hiervoor meer te betalen.

Ook is gebleken dat organisaties zoals de Wereldwinkel en Fairtrade Gemeenten van groot belang zijn. Deze organisaties dragen bij aan bewustwording en maken eerlijke handel zichtbaar voor consumenten (Wereldwinkels, z.d.; Fairtrade Gemeenten, 2024).

Conclusie

Uit de deelvragen is gebleken dat Fairtrade meer is dan alleen een keurmerk. Het is een wereldwijde beweging die zich inzet voor eerlijke handel en gelijke kansen voor producenten wereldwijd (Fairtrade International, z.d.). Door te werken volgens vaste principes, zoals eerlijke betaling, veilige werkomstandigheden en respect voor mens en milieu (World Fairtrade Organization, 2023), krijgen boeren en producenten in productielanden de kans om een stabiel inkomen op te bouwen en hun leefomstandigheden te verbeteren (Fairtrade International, z.d.). Daarnaast blijkt dat Fairtrade onder de eerstegraads keurmerken valt, omdat het keurmerk onafhankelijk gecontroleerd wordt (Kenniscentrum voor beleid en regelgeving, z.d.) door FLOCERT (FLOCERT, 2025). Hierdoor krijgen consumenten garantie over de kwaliteit, transparantie en betrouwbaarheid van het keurmerk (Kenniscentrum voor beleid en regelgeving, z.d.). Fairtrade onderscheidt zich van andere keurmerken doordat het als enige keurmerk werkt met een minimumprijs en een verplichte Fairtrade-premie. Door deze standaarden worden producenten beschermd tegen schommelingen in de markt. Dit garandeert financiële stabiliteit en maakt het mogelijk projecten te financieren die de leef- en werkomstandigheden van producenten verbeteren (Fairtrade International, 2024). Verder is gebleken dat Fairtrade duidelijke voordelen biedt op economisch, sociaal en milieugebied. Economisch zorgt Fairtrade voor meer inkomenszekerheid, investeringsmogelijkheden en toegang tot markten voor boeren (Fairtrade International, 2025; Fairtrade Nederland, z.d.). Op sociaal vlak draagt Fairtrade bij aan de bescherming van kinderrechten, gendergelijkheid en het verbeteren van arbeidsrechten en levensomstandigheden (Fairtrade Nederland, z.d.). Op milieugebied stimuleert Fairtrade duurzame landbouwpraktijken, bosbescherming en maatregelen tegen klimaatverandering (Fairtrade International, 2024). Hoewel er kritiek bestaat op Fairtrade, blijken deze bezwaren vaak onvoldoende onderbouwd. Uit diverse onderzoeken is gebleken dat Fairtrade in de praktijk juist veel positieve effecten heeft (Fairtrade International, 2025). Tot slot is gebleken dat consumenten een belangrijke, maar niet bepalende rol spelen in het succes van Fairtrade. Met een consument wordt een natuurlijk persoon bedoeld die goederen of diensten aanschaft voor persoonlijk gebruik (Rijksoverheid, z.d.). Het koopgedrag, de kennis en de houding van consumenten hebben invloed op de vraag naar Fairtrade-producten, dit beïnvloedt de mate waarin Fairtrade kan groeien. Uit de enquête is gebleken dat Fairtrade bij veel consumenten bekend is en dat de meerderheid hier positief tegenover staat. Echter leidt deze positieve houding niet automatisch tot het bewust kopen van Fairtrade-producten. De resultaten laten zien dat consumenten vooral worden weerhouden door factoren zoals prijs, beschikbaarheid en het gebrek aan aandacht tijdens het winkelen. Tegelijkertijd toont de situatieschets uit de enquête aan dat transparantie en zichtbare resultaten een grote rol spelen in het koopgedrag. Wanneer consumenten positieve resultaten zien, zijn zij eerder bereid om Fairtrade-producten te kopen en hier meer voor te betalen. Ook is gebleken dat organisaties zoals de Wereldwinkel en Fairtrade Gemeenten van groot belang zijn. Deze organisaties dragen bij aan bewustwording en maken eerlijke handel zichtbaar voor consumenten (Wereldwinkels, z.d.; Fairtrade Gemeenten, 2024).

Met de deelconclusies is de hoofdvraag te beantwoorden: Hoe fair is Fairtrade? Deze vraag kan niet met één simpel antwoord beantwoord worden, omdat Fairtrade op verschillende manieren beoordeeld kan worden. Het antwoord hangt af van het perspectief waaruit gekeken wordt. Fairtrade kan beoordeeld worden vanuit het standpunt van de consument en vanuit het standpunt van de producent.

Op basis van de bevindingen en resultaten uit dit onderzoek kan worden geconcludeerd dat Fairtrade in grote mate als fair kan worden gezien, zowel door consumenten als producenten. Voor consumenten is Fairtrade fair, omdat het keurmerk duidelijke en betrouwbare informatie geeft over de herkomst en de productieprocessen van producten.

Omdat Fairtrade onder de eerstegraadskeurmerken valt en onafhankelijk gecontroleerd wordt door FLOCERT, krijgen consumenten garantie over de transparantie en betrouwbaarheid (Kenniscentrum voor beleid en regelgeving, z.d.; FLOCERT, 2025). Zoals gebleken uit onderzoek hebben Fairtrade-producten in de praktijk vaak geen groot prijsverschil ten opzichte van niet-gecertificeerde producten. Hierdoor hoeven consumenten niet structureel meer te betalen om een bewuste keuze te maken. Dit maakt Fairtrade toegankelijk voor een brede groep consumenten (Fairtrade Gemeenten, 2025; Fairtrade Nederland, z.d.).

Voor producenten is Fairtrade fair, omdat het keurmerk bescherming biedt tegen lage en schommelende wereldprijzen en tegelijkertijd investeringen in betere leef- en werkomstandigheden mogelijk maakt (Fairtrade Nederland, z.d.; Fairtrade International, 2025). Daarnaast verbetert Fairtrade de sociale positie van producenten door arbeidsrechten te beschermen, kinderarbeid te bestrijden en gendergelijkheid te bevorderen (Fairtrade Nederland, z.d.). Op milieugebied worden producenten beschermd door bosbescherming en het stimuleren van klimaatbestendige landbouwpraktijken (Fairtrade International, 2024).

Hoewel Fairtrade geen complete oplossing vormt voor alle problemen binnen de wereldhandel, laat dit onderzoek zien dat het keurmerk bijdraagt aan verbetering op economisch, sociaal en milieugebied (Fairtrade International, 2025). Alle factoren afwegend kan worden gesteld dat Fairtrade een eerlijk keurmerk is dat consumenten de mogelijkheid biedt om bewust te kiezen zonder structureel meer te betalen, en producenten ondersteunt door meer zekerheid, rechten en kansen te bieden. Daarmee kan worden geconcludeerd dat Fairtrade in de praktijk in grote mate fair is.

Discussie

In dit profielwerkstuk is onderzocht hoe fair Fairtrade is en welke rol consumenten hierin hebben. Voor dit werkstuk is gebruikgemaakt van een combinatie van literatuuronderzoek, een interview en een enquête. De enquête is opgesteld om inzicht te krijgen in de kennis, houding en het koopgedrag van consumenten ten opzichte van Fairtrade. De vragenlijst is verspreid onder respondenten uit verschillende leeftijdscategorieën op verschillende locaties. Het vinden van voldoende respondenten bleek lastig. Uiteindelijk hebben 64 respondenten de enquête ingevuld. Hoewel deze steekproef niet representatief is voor de Nederlandse bevolking, geeft het wel inzicht in opvattingen en keuzes rondom Fairtrade. Naar verwachting zullen vergelijkbare resultaten naar voren komen bij een vervolgonderzoek.

Uit de resultaten van de enquête blijkt dat een groot deel van de respondenten positief tegenover Fairtrade staat. Ondanks de positieve houding kopen veel respondenten zelden of nooit bewust Fairtrade-producten. Daarnaast blijkt uit de enquête dat respondenten verschillende voor- en nadelen zien bij Fairtrade. Veelgenoemde voordelen zijn een stabiel inkomen voor producenten, betere arbeidsomstandigheden, meer aandacht voor mens en milieu en bewustwording bij consumenten. De veelgenoemde nadelen van Fairtrade zijn duurdere prijzen voor producten, onduidelijkheid over hoeveel van de prijs bij de boeren terecht komt en dat het aanbod in winkels beperkt is. Uit de vraag naar het belangrijkste doel van Fairtrade blijkt dat respondenten het belangrijkste vinden dat boeren en producenten een eerlijke prijs krijgen. Het eerste punt in deze alinea komt niet overeen met de verwachting dat meer mensen bewust Fairtrade-producten zouden kopen, gezien de positieve houding tegenover Fairtrade.

Een mogelijke verklaring voor dit resultaat is het verschil tussen houding en gedrag. Mogelijk hebben persoonlijke factoren invloed op dit resultaat, zoals het imago van een hogere prijs op Fairtrade-producten, het gewoontematig kopen van producten en de onzekerheid over hoeveel boeren en producenten daadwerkelijk verdienen. Naar verwachting zullen deze persoonlijke factoren meewegen in de keuze van consumenten om niet bewust Fairtrade-producten te kopen, waardoor een positieve houding niet automatisch leidt tot bewust koopgedrag.

Het huidige onderzoek is een aanvulling op de bestaande literatuur over Fairtrade, doordat dit werkstuk niet alleen ingaat op de werking van het keurmerk, maar ook de rol van de consument onderzoekt. De resultaten laten zien dat consumenten invloed hebben op het succes van Fairtrade, maar niet zonder hulp van organisaties en overheden. Op basis van dit onderzoek zou Fairtrade vooral moeten inzetten op meer zichtbare resultaten voor consumenten en gerichte reclame om meer publiek te bereiken.

Bij dit werkstuk moet echter wel rekening worden gehouden met enkele factoren. De steekproef was relatief klein en niet volledig representatief. Verder moet er rekening gehouden worden met de interpretatie van de resultaten van de enquête. Ongeveer 40,6% van de respondenten was tussen de 13 en de 18 jaar. Deze leeftijdscategorie heeft vaak minder kennis van producten, wat invloed kan hebben op de resultaten. Daarnaast zijn een deel van de enquêtes afgenomen in de Wereldwinkel, doorgaans hebben klanten van de Wereldwinkel meer interesse in eerlijke handel. Hierdoor kunnen de resultaten positiever zijn bij de vragen over de kennis en houding van consumenten.

Op basis van dit onderzoek zou Fairtrade in het vervolg vooral moeten inzetten op transparantie, waarbij resultaten makkelijker verkrijgbaar zijn. Daarnaast kan het vergroten van de zichtbaarheid op sociale media en reclame meer jongeren bereiken. Ook zou

Fairtrade samen met supermarkten moeten inzetten op het vergroten van het aanbod in winkels, bijvoorbeeld door meer huismerkproducten Fairtrade-gecertificeerd te maken. Met deze aanbevelingen wordt ingespeeld op de drie meest genoemde nadelen, namelijk het ervaren van een hogere prijs, het beperkte aanbod en de onzekerheid bij consumenten. Voor vervolgonderzoek wordt aanbevolen een grotere steekproef te gebruiken en ook andere factoren mee te nemen, zoals marketing en de rol van supermarkten. Hierdoor ontstaat een breder beeld, waarbij gekeken kan worden naar factoren die het succes en de eerlijkheid van Fairtrade bepalen en mogelijk beperken.

Reflectie

Zoals beschreven in het voorwoord heb ik bewust gekozen voor een onderwerp waar ik vooraf weinig van wist. Ik wilde graag een profielwerkstuk schrijven waar ik veel van zou leren. Als ik nu terugkijk op het proces en het eindresultaat, kan ik zeker zeggen dat dit doel behaald is.

Op het gebied van kennis ben ik erg gegroeid. Voorafgaand aan dit werkstuk was ik vergelijkbaar met een grote groep respondenten uit de enquête: ik had het Fairtrade-logo weleens gezien, maar ik wist niet wat het betekende. Door het uitvoeren van literatuuronderzoek, het afnemen van een enquête en het voeren van een interview begrijp ik nu goed wat Fairtrade inhoudt, hoe eerlijke handel werkt en waarin het verschilt van andere keurmerken. Na het schrijven van dit werkstuk kan ik deze informatie duidelijk uitleggen aan anderen.

Naast inhoudelijke kennis heb ik ook veel vaardigheden ontwikkeld. Zo heb ik voor het eerst zelf een interview voorbereid, afgenomen en uitgewerkt. Ook was dit het eerste project waarin ik een lange periode zelfstandig aan heb gewerkt. In totaal heb ik 104 uur aan dit profielwerkstuk besteed (zie bijlage 3). Tijdens dit project heb ik geleerd door te zetten, maar ook om soms bewust afstand te nemen wanneer iets niet lukte.

Daarnaast heb ik veel persoonlijke verhalen leren kennen. Door het interview met Joop Karremans en de gesprekken met andere Wereldwinkelmedewerkers heb ik een beter beeld gekregen van de praktijk achter eerlijke handel.

Maar niet alles ging makkelijk. Sommige onderdelen vond ik lastig om te schrijven, met name de discussie en deelvraag 3. Ook merkte ik dat mijn planning soms niet haalbaar was. Het combineren van schrijfperiodes met toetsweken en persoonlijke factoren vond ik moeilijk. Hierdoor moest ik de laatste maanden nog veel werk inhalen. In een volgend groot project zou ik dit anders aanpakken door beter vooruit te plannen en op momenten dat ik veel tijd heb, deze tijd ook te benutten. Tot slot vond ik het moeilijk om in te schatten wat er precies van mij werd verwacht. Dit had vooral te maken met de opdrachten op de gegeven website. Ik had dit kunnen oplossen door meer contact op te nemen met mijn begeleider, maar door persoonlijke omstandigheden was dit niet altijd mogelijk.

Al met al kijk ik erg positief terug op het maken van mijn profielwerkstuk. Ik heb niet alleen veel geleerd over Fairtrade en eerlijke handel, maar ook over onderzoek doen en plannen. Deze ervaringen neem ik mee.

Bronnenlijst

- Encyclopedia Britannica. (z.d.). *Fair Trade*. Geraadpleegd op 22 oktober 2025, van <https://www.britannica.com/money/fair-trade>
- Fair for Life. (z.d.). *Who We Are?* Geraadpleegd op 30 december 2025, van <https://www.fairforlife.org/en/who-we-are/>
- Fair for life. (2022). In *Certification Standard for Fair Trade and Responsible Supply-chains*. https://www.fairforlife.org/client/fairforlife/file/Standard/Fair_for_Life_Standard_EN.pdf
- Fair trade – WFTO Asia. (z.d.). Geraadpleegd op 11 oktober 2025, van <https://wfto-asia.com/news-research-united-nations-announces-new-global-goals/>
- Fair Trade Federation. (2018, 16 oktober). *A brief history of Fair Trade* <https://www.fairtradefederation.org/resources/a-brief-history-of-fair-trade/>
- Fairtrade Africa. (z.d.). *Women's School of Leadership*. Geraadpleegd op 4 januari 2026, van <https://fairtradeafrica.net/womens-school-of-leadership/>
- Fairtrade America. (z.d.). *Fairtrade and the Sustainable Development Goals*. Geraadpleegd op 11 januari 2026, van <https://www.fairtrade.net/us-en/why-fairtrade/why-we-do-it/fairtrade-and-the-sustainable-development-goals-.html>
- Fairtrade Gemeenten. (2022, 3 november). *Venlo*. <https://fairtradegemeenten.nl/gemeente/venlo/>
- Fairtrade Gemeenten. (2023, 21 november). *Missie En Visie*. <https://fairtradegemeenten.nl/over-ons/missie-visie/>
- Fairtrade Gemeenten. (2024, 28 oktober). *Criteria Fairtrade Gemeente*. <https://fairtradegemeenten.nl/criteria-fairtrade-gemeente/>
- Fairtrade Gemeenten. (2024, 28 oktober). *Global Goals*. <https://fairtradegemeenten.nl/global-goals/>
- Fairtrade Gemeenten. (2024, 28 oktober). *Over Fairtrade Gemeenten*. <https://fairtradegemeenten.nl/over-ons/>
- Fairtrade Gemeenten. (2025, 1 november). *Fairtrade Is Niet Duurder*. <https://fairtradegemeenten.nl/gemeente/fairtrade-voorschoten/nieuws/fairtrade-is-niet-duurder/>
- Fairtrade International. (2025). *Evidence map 2021 to 2024*. <https://www.fairtrade.net/content/dam/fairtrade/fairtrade-international/library/2025/evidence-mapping/Fairtrade%20Evidence%20Mapping%20report%202025.pdf>
- Fairtrade International. (z.d.). *Fairtrade products*. Geraadpleegd op 17 oktober 2025, van https://www.fairtrade.net/en/products/Fairtrade_products.html
- Fairtrade International. (z.d.). *About Fairtrade International*. Geraadpleegd op 22 oktober 2025, van <https://www.fairtrade.net/en/about/about-fairtrade-international.html>
- Fairtrade International. (2015). *Fairtrade Climate Standard*. https://files.fairtrade.net/standards/Climate-Standard_EN.pdf
- Fairtrade International. (2024). *Agroecology, the Only Way Forward*. <https://www.fairtrade.net/en/get-involved/news/agroecology--the-only-way-forward.html>
- Fairtrade International. (2024). *Fairtrade Trader Standard*. https://www.fairtrade.net/content/dam/fairtrade/fairtrade-international/standards/trader-standards/TS_EN.pdf
- Fairtrade International. (2024). *The effect of Fairtrade on forest protection and deforestation prevention*. <https://www.fairtrade.net/content/dam/fairtrade/fairtrade-international/library/2024/the-effect-of-fairtrade-on-forest-protection-and-deforestation-prevention/Fairtrade-forest-protection-and-deforestation-prevention-study-2024.pdf>

- Fairtrade International. (2025). *New Analysis of More Than 120 Studies Confirms Fairtrade's Positive Economic, Social, and Environmental Effect*.
<https://www.fairtrade.net/en/get-involved/Press-centre/new-analysis-confirms-fairtrades-positive-effect.html>
- Fairtrade Nederland. (z.d.). *Belangrijke Cijfers in één Oogopslag*. Geraadpleegd op 5 januari 2026, van
<https://www.fairtrade.net/nl-nl/waarom-fairtrade/impact/Belangrijke-cijfers-in-een-oogopslag.html>
- Fairtrade Nederland. (z.d.). *Belangrijkste Voordelen Van Fairtrade*. Geraadpleegd op 2 januari 2026, van
<https://www.fairtrade.net/nl-nl/waarom-fairtrade/wat-we-doen/Belangrijkste-voordelen.html>
- Fairtrade Nederland. (z.d.). *FAQ*. Geraadpleegd op 5 januari 2026, van
<https://www.fairtrade.net/nl-nl/over-fairtrade/faq.html>
- Fairtrade Nederland. (z.d.). *Gendergelijkheid*. Geraadpleegd op 4 januari 2026, van
<https://www.fairtrade.net/nl-nl/waarom-fairtrade/waarom-we-het-doen/Gendergelijkheid.html>
- Fairtrade Nederland. (z.d.). *Goede Leefomstandigheden*. Geraadpleegd op 4 januari 2026, van
<https://www.fairtrade.net/nl-nl/waarom-fairtrade/waarom-we-het-doen/goede-levensomstandigheden.html>
- Fairtrade Nederland. (z.d.). *Hoe Werkt Het Label*. Geraadpleegd op 28 december 2025, van
<https://www.fairtrade.net/nl-nl/waarom-fairtrade/hoe-we-het-doen/hoe-werkt-het-label.html>
- Fairtrade Nederland. (z.d.). *Kinderbescherming*. Geraadpleegd op 4 januari 2026, van
<https://www.fairtrade.net/nl-nl/waarom-fairtrade/waarom-we-het-doen/kinderbescherming.html>
- Fairtrade Nederland. (z.d.). *Klimaat En Het Milieu*. Geraadpleegd op 2 januari 2026, van
<https://www.fairtrade.net/nl-nl/waarom-fairtrade/waarom-we-het-doen/klimaat-en-het-milieu.html>
- Fairtrade Nederland. (z.d.). *Leefbaar Loon*. Geraadpleegd op 4 januari 2026, van
<https://www.fairtrade.net/nl-nl/waarom-fairtrade/waarom-we-het-doen/Leefbaar-loon.html>
- Fairtrade Nederland. (z.d.). *Ontbossing*. Geraadpleegd op 2 januari 2026, van
<https://www.fairtrade.net/nl-nl/waarom-fairtrade/waarom-we-het-doen/ontbossing.html>
- Fairtrade Nederland. (z.d.). *Over Fairtrade Nederland*. Geraadpleegd op 22 oktober 2025, van
<https://www.fairtrade.net/nl-nl/over-fairtrade/over-fairtrade-nederland.html>
- Fairtrade Nederland. (z.d.). *Rechten Van Werknemers*. Geraadpleegd op 4 januari 2026, van
<https://www.fairtrade.net/nl-nl/waarom-fairtrade/waarom-we-het-doen/Rechten-van-werknemers.html>
- Fairtrade Nederland. (z.d.). *Voor Wie Hebben We Standaarden*. Geraadpleegd op 5 januari 2026, van
<https://www.fairtrade.net/nl-nl/waarom-fairtrade/hoe-we-het-doen/fairtrade-standaarden/Voor-wie-hebben-we-standaarden.html>
- Fairtrade Nederland. (z.d.). *Wat Is Fairtrade?* Geraadpleegd op 20 oktober 2025, van
<https://www.fairtrade.net/nl-nl/waarom-fairtrade/wat-we-doen/wat-is-fairtrade.html>
- Fairtrade Original. (2025, 13 augustus). *Over Ons*.
<https://www.fairtradeoriginal.nl/over-ons/#history>
- Fairtrade Schools. (2021, 26 november). *The History of Fairtrade Timeline Activity*.
<https://schools.fairtrade.org.uk/teaching-resources/the-history-of-fairtrade/>
- FairVenlo. (z.d.). *Over Ons*. Geraadpleegd op 11 januari 2026, van
<https://fairvenlo.nl/overons/>
- FairWild Foundation. (z.d.). *FairWild Standard Overview*. Geraadpleegd op 30 december 2025, van
<https://www.fairwild.org/fairwild-standard-overview>
- FairWild Foundation. (z.d.). *Our Mission*. Geraadpleegd op 30 december 2025, van
<https://www.fairwild.org/our-mission>

- FairWild Foundation. (2023). *FairWild Standard*.
<https://static1.squarespace.com/static/5bec424b297114f64cb908d8/t/6581e9bce999137930c3e556/1703012799092/FairWildStandard-V3+-+FINAL.pdf>
- FLOCERT. (2025, 27 mei). *Credibility in Global Trade*.
<https://www.flocert.net/approach-to-credibility/>
- International Labour Organization. (2024). *Conventions, protocols and recommendations*.
<https://www.ilo.org/international-labour-standards/conventions-protocols-and-recommendations>
- Kenniscentrum voor beleid en regelgeving. (z.d.). *Keurmerk*. Geraadpleegd op 26 november 2025, van
<https://www.kcbr.nl/ontwikkelen-beleid-en-regelgeving/beleidskompas/3-wat-zijn-opties-om-het-doel-te-realiseren/31-beleidsinstrumenten/co-regulering-zelfregulering/keurmerk>
- KVK. (z.d.). *Rechtspersoonlijkheid*. ondernemersplein.overheid.nl. Geraadpleegd op 6 januari 2026, van
<https://ondernemersplein.overheid.nl/bedrijfsvoering/rechtsvormen-en-organisatie/rechtspersoonlijkheid/>
- ProTerra Foundation. (2023). *ProTerra Standard*.
https://www.proterrafoundation.org/wp-content/uploads/2024/06/ProTerra-Standard-V5.0_EN.pdf
- ProTerra Foundation. (2025, 24 maart). *Home*.
<https://www.proterrafoundation.org/>
- Rainforest Alliance. (2025, 3 december). *Our work*.
<https://www.rainforest-alliance.org/our-work/>
- Rainforest Alliance. (2025, 11 december). *Rainforest Alliance Certification Program*.
<https://www.rainforest-alliance.org/for-business/certification/>
- Rijksoverheid. (z.d.). *Burgerlijk Wetboek Boek 6 Artikel 193a*. Geraadpleegd op 6 januari 2026, van
<https://wetten.overheid.nl/BWBR0005289/2025-07-01>
- Ten Thousand Villages. (2023, juli). *THE WFTO FAIR TRADE STANDARD*.
https://wfto.com/wp-content/uploads/2024/10/20230713_1_WFTO-Fair-Trade-Standard_compressed-1.pdf
- Voedingscentrum. (z.d.). *Eerlijke handel*. Geraadpleegd op 3 mei 2025, van
<https://www.voedingscentrum.nl/encyclopedie/eerlijke-handel.aspx>
- Wereldwinkel Breukelen. (2019, 20 mei). *De eerste winkel: 1969-1972*
<https://wereldwinkel-breukelen.nl/geschiedenis/de-eerste-winkel-1969-1972/>
- Wereldwinkels. (z.d.). *Wat Is Een Wereldwinkel*. Geraadpleegd op 7 januari 2026, van
<https://wereldwinkels.nl/wat-is-een-wereldwinkel/>
- Wereldwinkels. (z.d.). *Vrijwilligers*. Geraadpleegd op 7 januari 2026, van
<https://wereldwinkels.nl/vrijwilligers/>
- Wereldwinkels. (z.d.). *Visie & Missie*. Geraadpleegd op 7 januari 2026, van
<https://wereldwinkels.nl/visie-missie/>
- World Fair Trade Organization. (2025, 7 oktober). *Our 10 Fair Trade Principles*.
<https://wfto.com/our-fair-trade-system/our-10-principles-of-fair-trade/>

Bijlagen

Bijlage 1: Enquête



Enquête Fairtrade

Hallo, mijn naam is Julia de Bruijn en ik werk aan mijn profielwerkstuk over Fairtrade. Voor mijn onderzoek kijk ik naar hoe consumenten denken over Fairtrade en in hoeverre dit invloed heeft op het succes van Fairtrade.

De antwoorden die u geeft worden **anoniem** verwerkt en alleen gebruikt voor mijn onderzoek. Het invullen duurt ongeveer 4 minuten. Er zijn geen goede of foute antwoorden, ik ben vooral geïnteresseerd in uw mening en ervaring.

Alvast heel erg bedankt voor het invullen!

...

Wat is uw leeftijd? *

- ☐ 12 jaar of jonger
- ☐ 13-18
- ☐ 19-28
- ☐ 29-44
- ☐ 45-60
- ☐ 61 jaar of ouder

4

Hoe bent u bij deze enquête uitgekomen? *

Tekst lang antwoord

Heeft u eerder van Fairtrade gehoord? *

- ☐ Ja
- ☐ Nee
- ☐ Misschien
- ☐ Niet zeker

Hoe goed denkt u te weten wat Fairtrade is? *

...

- ☐ Ik weet het heel goed en kan het uitleggen
- ☐ Ik weet er iets van
- ☐ Ik heb het logo wel eens gezien, maar weet niet wat het betekent
- ☐ Ik weet er niets van

Waar heeft u Fairtrade vooral gezien/gehoord? *

(kies alle opties die van toepassing zijn)

- ☐ In winkels
- ☐ Op school
- ☐ Op sociale media
- ☐ Van vrienden/familie
- ☐ Niet opgelet/geen idee
- ☐ Anders:

...

Wat denkt u dat Fairtrade doet? *

Tekst lang antwoord

Wat is volgens u het belangrijkste doel van Fairtrade? *

- ☐ Boeren een eerlijkere prijs geven
- ☐ Bedrijven eerlijker laten handelen
- ☐ Het milieu beschermen
- ☐ Verbeteren van werkomstandigheden
- ☐ Bestrijden van kinderarbeid
- ☐ Duurzamer produceren
- ☐ Transparanter maken van de handelsketen
- ☐ Ik weet het niet
- ☐ Anders:

Welke voordelen ziet u bij Fairtrade? *

(kies alle opties die u passend vindt)

- ☐ Boeren krijgen een stabiel inkomen
- ☐ Betere arbeidsomstandigheden
- ☐ Meer aandacht voor mens en milieu
- ☐ Bewustwording bij consumenten
- ☐ Betere productkwaliteit
- ☐ Gemeenschappen in productielanden worden verbeterd
- ☐ Ik zie geen voordelen
- ☐ Anders:

Welke nadelen ziet u bij Fairtrade? *

(kies alle opties die u passend vindt)

- ☐ Producten zijn duurder
- ☐ Onduidelijk hoeveel van de prijs echt bij de boer komt
- ☐ Niet alle boeren kunnen of mogen meedoen
- ☐ Het aanbod is soms beperkt in winkels
- ☐ Andere keurmerken lijken soms hetzelfde, wat verwarrend is
- ☐ Niet zeker of het systeem op lange termijn werkt
- ☐ Het voelt als marketing
- ☐ Ik zie geen nadelen
- ☐ Anders:

...

Koopt u bewust producten met het Fairtrade logo? *

- ☐ Regelmatig
- ☐ Soms
- ☐ Zelden
- ☐ Nooit

...

Waarom koopt u (wel of niet) Fairtrade producten? *

Tekst lang antwoord

Wat vindt u van Fairtrade? *

- ☐ Zeer positief
- ☐ Positief
- ☐ Neutraal
- ☐ Negatief
- ☐ Zeer negatief
- ☐ Ik heb geen mening

Wat kan Fairtrade beter doen? *

Tekst lang antwoord

Situatie: Stel dat Fairtrade-boeren door het Fairtrade-keurmerk daadwerkelijk een eerlijker en stabiel(er) inkomen ontvangen en dit duidelijker zichtbaar zou zijn voor consumenten. *

Zou u in deze situatie meer Fairtrade-producten kopen en bereid zijn om hier meer voor te betalen?

- ☐ Ja
- ☐ Nee
- ☐ Misschien
- ☐ Ik weet het niet

Is er verder nog iets dat u wilt toevoegen over Fairtrade of uw mening hierover? *
(Zo niet, vul dan een "x" in.)

Tekst lang antwoord

Bijlage 2: Interview

1. Hoe bent u bij de Wereldwinkel terechtgekomen?

2. Waarom spreekt eerlijke handel u aan?

3. Merkt u bewustzijn bij consumenten over Fairtrade?

4. Wat is volgens u nodig zodat Fairtrade meer succes heeft?

5. Welke rol spelen consumenten hierin?

6. Hoe ziet u de toekomst van Fairtrade?

Bijlage 3: Logboek

Datum	SLU	Plaats	Werkzaamheden	Opmerkingen
4-2-2025	2 uur	Thuis	Onderwerp bedenken	
20-2-2025	30 min	Thuis	Motivatatie schrijven	
22-2-2025	30 min	Thuis	Motivatatie schrijven	
26-3-2025	1,5 uur	Thuis	Oriënteren op stappen en aanmaken logboek	
12-4-2025	1 uur	Thuis/Fitness	Nagedacht stap 3	Moeilijker dan gedacht
22-4-2025	45 min	Thuis	Begin stap 2	
27-4-2025	1 uur	Thuis	Stap 2 afgemaakt	
28-4-2025	2 uur	Thuis	Stap 3 en stap 4	
3-5-2025	1,5 uur	Thuis	Begin stap 5	
12-5-2025	30 min	Thuis	Verder met stap 5	
13-5-2025	3 uur	Thuis	Stap 5 afgemaakt	Lastig om goede en recente bronnen te vinden
14-5-2025	1,5 uur	Thuis	Stap 6 vraag 1 t/m 4	
19-5-2025	45 min	Thuis	Stap 6 afgemaakt en extra bronnen	
20-5-2025	30 min	Thuis	Stappen controleren en verbeteren	Tevreden met resultaat
20-8-2025	30 min	School	Begin stap 7	Bron kan niet apa genoteerd worden
4-9-2025	30 min	Thuis	Verder met stap 7	
5-9-2025	45 min	Thuis	Stap 7 aanpassen	Gevonden bronnen kunnen niet meer geopend worden
8-10-2025	1,5 uur	Thuis	Stap 7 afgemaakt	Een bron opnieuw kunnen vinden en openen
9-10-2025	2 uur	Thuis	Begin stap 8 en extra bronnen voor deelvraag 1	

11-10-2025	5 uur	Thuis	Verder met stap 8	Leuk om meer te weten te komen
15-10-2025	2 uur	Thuis	Verder met stap 8	
16-10-2025	30 min	Thuis	Verder met stap 8	Het internet werkte vandaag niet
17-10-2025	1,5 uur	Thuis	Verder met stap 8	
20-10-2025	2 uur	Thuis	Stap 9 voorbereid en verder met stap 8	
22-10-2025	3 uur	Thuis	Verder met stap 8	
23-10-2025	1 uur	Thuis	Verder met stap 8	
25-10-2025	2 uur	Thuis	Stap 8 afgemaakt en tekst verbeterd	Trots op het resultaat, ik heb veel geleerd
6-11-2025	30 min	Thuis	Nieuwe layout gemaakt en inhoudsopgave	
11-11-2025	2,5 uur	Thuis	Titelpagina en enquête gemaakt	
15-11-2025	2,5 uur	Thuis	Eerste deel inleiding en enquête als bijlage en pdf	
17-11-2025	15 min	Thuis	Bijlagen aanpassen	
19-11-2025	15 min	Thuis	Tussenkopjes deelvraag 2	
20-11-2025	30 min	In winkels	Klein winkelonderzoek	
26-11-2025	1,5 uur	Thuis	Blad ontworpen om enquête in winkels af te nemen, deelvraag 2 stuk: inleiding en wat is een keurmerk?	
18-12-2025	2 uur	Wereldwinkel	Gesprek gehad in de wereldwinkel	
23-12-2025	1,5 uur	Thuis	Nagedacht over deelvragen en deelvraag 2 stuk: Wat is een keurmerk? afgemaakt	
28-12-2025	1,5 uur	Thuis	Deelvraag 2: Fairtrade als keurmerk geschreven	
30-12-2025	5 uur	Thuis	Deelvraag 2: Rainforest Alliance, Fair for Life, FairWild en ProTerra	

			geschreven	
31-12-2025	1,25 uur	Wereldwinkel	Gesprek gehad in de Wereldwinkel	
1-1-2026	2,5 uur	Thuis	Deelvraag 2 afgemaakt en deelvraag 3: inleiding geschreven	
2-1-2026	1,5 uur	Thuis	Deelvraag 3: stuk milieuvoordelen en deelvraag 4: inleiding geschreven	
3-1-2026	45 min	Thuis	Deelvraag 3: stuk milieuvoordelen afgemaakt	
4-1-2026	5 uur	Thuis	Deelvraag 3: economische voordelen en sociale voordelen geschreven	
5-1-2026	1 uur	Thuis	Deelvraag 3: nadelen geschreven	
6-1-2026	1,75 uur	Thuis	Deelvraag 3: afgemaakt, deelvraag 4: wat is een consument geschreven, bronnen verzameld en conclusie van de eerste deelvraag aangepast	
7-1-2026	1,5 uur	Thuis	Een deel van de conclusie geschreven en deelvraag 4: de Wereldwinkel geschreven	
8-1-2026	1 uur	Thuis	Voorwoord geschreven, inleiding afgemaakt, enquêtes voorbereid, interview gemaakt	
9-1-2026	2,5 uur	Wereldwinkel	Interview afgenomen	
10-1-2026	1 uur	Thuis	Deelvraag 4: stuk Venlo: Fairtrade Gemeente geschreven	
11-1-2026	1 uur	Thuis	Deelvraag 4: Venlo: Fairtrade Gemeente afgemaakt, een stuk van consumenten over Fairtrade geschreven en enquêtes voorbereid	
12-1-2026	30 min	Thuis	Deelvraag 4:	

			Consumenten over Fairtrade geschreven	
13-1-2026	30 min	Thuis	Enquêtes van papier naar digitaal en deelvraag 4: Consumenten over Fairtrade aangepast	
14-1-2026	1,75 uur	Thuis	Deelvraag 4: Conclusie geschreven en een stuk van het interview geschreven	
15-1-2026	1 uur	Thuis	Deelvraag 4: stuk interview geschreven	
16-1-2026	3.25 uur	Wereldwinkel en thuis	Gesprek gehad en deelvraag 4: interview geschreven	
17-1-2026	1 uur	Thuis	Bijlagen en deelvraag 3 aangepast, en een deel van de conclusie geschreven	
18-1-2026	30 min	Thuis	Een deel van de conclusie geschreven en de inhoudsopgave aangepast	
19-1-2026	30 min	Thuis	Conclusie afgemaakt	
21-1-2026	3,5 uur	Thuis	Discussie geschreven	
22-1-2026	4,5 uur	Thuis	Opmaak van de titelpagina en een deel van het document gemaakt, alles t/m deelvraag 2 verbeterd	
23-1-2026	2,5 uur	Thuis	Deelvraag 3, deelvraag 4, conclusie en discussie verbeterd	
24-1-2026	2 uur	Thuis	Reflectie geschreven	
2-2-2026	30 min	Thuis	Deelvraag 4 verbeterd	
7-2-2026	1 uur	Thuis	Heel het document gelezen en verbeterd	
8-2-2026	3 uur	Thuis	Laatste keer lezen en verbeteren	

Totaal: 104 uur