

# Inhaltsverzeichnis

<b>1. Einleitung</b>	<b>1</b>
<b>2. Theoretischer Rahmen</b>	<b>4</b>
2.1. Globalisierung . . . . .	4
2.2. Multi-lokale Ethnographie . . . . .	6
2.3. Güter im Kontext der Globalisierung . . . . .	9
2.3.1. Definition: Dinge - Waren - Entfetschisierung . . . . .	9
2.3.2. Warenkette . . . . .	10
2.4. Bedeutungswandel . . . . .	12
2.5. Konsum und Aneignung . . . . .	13
2.6. Warenketten und Güter im Kontext des Fairen Handels . . . . .	15
2.6.1. Moralökonomie . . . . .	15
2.6.2. Flüsse von Bedeutungen und Wissen . . . . .	16
<b>3. Methodisches Vorgehen</b>	<b>18</b>
3.1. Teilnehmende Beobachtung . . . . .	19
3.2. Experteninterviews . . . . .	20
3.3. Das narrative Interview und die dokumentarische Methode . . . . .	21
<b>4. Situationsanalyse des Fairen Handels</b>	<b>24</b>
4.1. Zur Geschichte des Fairen Handels . . . . .	24
4.2. Professioneller, marktnaher und trendiger . . . . .	26
4.3. Die Ziele des Fairen Handels . . . . .	28
<b>5. Produktion und Distribution im Kameruner Grasland</b>	<b>30</b>
5.1. Das Kameruner Grasland . . . . .	30
5.2. Prescraft . . . . .	31
5.2.1. Die Entstehung von Prescraft . . . . .	31
5.2.2. Prescraft heute . . . . .	34
5.3. Die materielle Kultur des Graslandes . . . . .	34
5.4. 'Traditionelles' Handwerk . . . . .	37
5.4.1. Bewahrung von Tradition als Ziel von Prescraft . . . . .	37
5.4.2. Tradition und Produktentwicklung . . . . .	38
5.5. Die Organisation der Produktion . . . . .	39
5.5.1. Die lokalen Geschlechterverhältnisse . . . . .	39
5.5.2. Heimarbeit . . . . .	40
5.5.3. Die Produzentinnen . . . . .	42
5.5.4. Der Lohn im lokalen Kontext . . . . .	43
5.6. Die Herstellung der Tischmatten . . . . .	45
5.6.1. Produktentwicklung . . . . .	45
5.6.2. Material . . . . .	46
5.6.3. Spiralwulsttechnik . . . . .	48
5.7. Distribution . . . . .	50

5.7.1. Der lokale Markt . . . . .	50
5.7.2. Herausforderungen des globalen Marktes . . . . .	51
<b>6. Distribution in der Schweiz</b>	<b>55</b>
6.1. Die Kalebasse . . . . .	55
6.1.1. Paradigmenwechsel in der Organisationskultur . . . . .	56
6.1.2. Generationenwechsel in der Kundschaft . . . . .	57
6.2. Die Bedeutung Afrikas für die Kalebasse . . . . .	59
6.2.1. Beziehung zu Prescraft . . . . .	59
6.2.2. Identität als Afrikaspezialistin . . . . .	60
6.3. Marketing . . . . .	61
6.3.1. Ladengestaltung . . . . .	62
6.3.2. Informationsmaterial . . . . .	64
6.4. Wissen und Produktentwicklung . . . . .	66
6.5. Das Begegnungsprojekt . . . . .	67
<b>7. Konsum</b>	<b>70</b>
7.1. Versuch einer Typik der Konsumentinnen . . . . .	70
7.1.1. Die Freundinnen der Mission in Kamerun . . . . .	72
7.1.2. Die Postmateriellen . . . . .	75
7.2. Haltung der Konsumentinnen zum Fairen Handel . . . . .	79
7.3. Begegnungen zwischen Konsumentinnen und Produzentin . . . . .	81
7.4. Beurteilung des Preises . . . . .	83
7.5. Handwerkliche Produkte als Waren ohne Warencharakter . . . . .	84
<b>8. Schlussfolgerungen</b>	<b>86</b>
8.1. Die Warenkette der Tischmatten . . . . .	86
8.2. Bedeutungswandel . . . . .	87
8.3. Verknüpfungen . . . . .	89
8.4. Umsetzung der Kriterien . . . . .	92
8.5. Schlussbemerkungen . . . . .	94
<b>A. Zielformulierungen</b>	<b>96</b>
A.1. Prescraft . . . . .	96
A.2. Kalebasse . . . . .	97
<b>B. Die Leitfadeninterviews</b>	<b>98</b>
B.1. Dokumentation der geführten Leitfadeninterviews . . . . .	98
B.2. Leitfaden der narrativen Konsumentinneninterviews . . . . .	99
B.3. Interviewauszug mit Auswertung nach der dokumentarischen Methode . . . . .	100
<b>C. Abkürzungsverzeichnis</b>	<b>101</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b>	<b>102</b>
<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>103</b>