

Inhalt

Vorbemerkungen

Zusammenfassung

1. Die Kaffeekrise 4

Krise? Welche Krise? 6

Kaffee: Wenn die Hoffnung zum Verhängnis wird... 7

Zerstörung von Gemeinschaften und Ländern 9

- Familien hungern
- Kinder müssen die Schule abbrechen
- Schlechtere medizinische Versorgung
- Mittellose Saisonarbeitskräfte und Landarbeiterinnen
- Steigender Anreiz zum Drogenanbau
- Finanzielle Krise der Volkswirtschaften

2. Die Ursachen der Krise 14

Die Umstrukturierung der Märkte – von der Regulierung zur Kaffee-Schwemme 16

- Der Zusammenbruch des regulierten Marktes
- Einzug der Riesen auf dem Kaffeemarkt: Brasilien und Vietnam
- Die Nachfrage hält nicht Schritt

Ungleiche Machtverhältnisse auf dem Markt: arme Bäuerinnen, profitierende Röster 20

- Wer kassiert all den Profit? Der Wertschöpfungskette auf der Spur...
- Die Macht der Röster: himmlische Profite inmitten der Krise
 - Die Macht der Marken
 - Kostenkontrolle
 - Variable Kaffeemischungen
 - Terminmärkte: flexible Finanzierungsformen

Neue Verarbeitungstechniken und Anbaumethoden: sinkende Qualität 28

- Neue Technologien der Röster: Das Letzte aus der Kaffeebohne herausholen
- Zu viel Robusta, zu wenig Arabica
- Intensive Anbaumethoden auf Kosten von Qualität und Umwelt

Keine Alternativen: sinkende Rohstoffpreise und das Scheitern der ländlichen Entwicklung 31

- Fehlende Alternativen zum Kaffee als ‚cash crop‘
- Den sinkenden Rohstoffpreisen ausgeliefert
- Zu geringe Wertschöpfung
- Gescheiterte ländliche Entwicklung
- Unzureichende Regulierung
- Bauern- und Landarbeiter-Organisationen unter Beschuss
- Mangelnde Information
- Zu wenig Ausbildung und Unterstützung
- Überschuldung – kein neues Geld
- Schwache ländliche Infrastruktur
- Abnehmende Entwicklungshilfe
- und „zweierlei Maß“: Der Betrug der Geberländer

3. Nischenmärkte – Ein Ausweg? Nicht für alle... 38

Fairer Handel : ein Hoffnungsschimmer 40
Spezialmarken erzielen hohe Preise 42
Alle auf dem gleichen Fluchtweg? 42
Kein Anlass zur Tatenlosigkeit 43

4. Der Weg aus der Krise: ein Aktionsplan 44

Gleichgewicht zwischen Angebot und Nachfrage wiederherstellen 46
Qualität wiederherstellen und Produktivität steigern 46
Preise anheben, Erwerbsgrundlagen wieder sichern 47
Wertsteigerungsmöglichkeiten erhalten bzw. ausbauen 48
Echte Alternativen für die ländliche Entwicklung 48
Schlussfolgerungen 48
Empfehlungen – Ein Kaffee-Rettungsplan 49

Fußnoten 52

Hintergrundstudien 53

Oxfams Arbeit mit Kaffeeproduzentinnen 54

Oxfam International - Kontaktangaben

Zusammenfassung

Gegenwärtig zerstört eine Krise auf dem Kaffeemarkt die Lebensgrundlagen von mehr als 25 Mio. Kaffeeproduzentinnen¹ auf der ganzen Welt. Der Rohkaffeepreis ist in den letzten drei Jahren um fast 50 % gefallen: auf den tiefsten Stand seit 30 Jahren. Langfristig sind die Aussichten düster. Kaffeeproduzentinnen in Entwicklungsländern, in der Mehrzahl arme Kleinbäuerinnen, müssen ihre Kaffeebohnen inzwischen weit unter den Produktionskosten verkaufen – in der Provinz Dak Lak in Vietnam beispielsweise zu 60 % der Produktionskosten. Während Bäuerinnen schwere Verluste erleiden, werden mit verarbeitetem Markenkaffee Spitzengewinne erzielt. Die Kaffeekrise hat sich mittlerweile zu einer Entwicklungskatastrophe mit langandauernden Folgen ausgeweitet.

Familien, die vom Kaffeeanbau leben, müssen ihre Kinder, insbesondere Mädchen, von der Schule nehmen, können sich Grundmedikamente nicht mehr leisten und sparen am Essen. Aber nicht nur Bauernfamilien, sondern auch Kaffeehändlerinnen sind ruiniert. Die Volkswirtschaften von Produktionsländern sind angeschlagen, und einige Banken stehen vor dem Zusammenbruch. Staatshaushalte werden überzogen, was zu Kürzungen im Bildungs- und Gesundheitswesen und zum Anstieg der Verschuldung führt.

Es müssen Lösungen gefunden werden, die dem gravierenden Ausmaß der Krise entsprechen. Benötigt wird ein Kaffee-Rettungsplan, der alle wichtigen Akteure des Kaffeesektors zusammenbringt, damit sowohl Arme als auch Reiche vom Kaffeemarkt profitieren können. Insgesamt geht es jedoch nicht nur um Kaffee, sondern um eine zentrale Frage der Globalisierung: den Weltmarkt entwicklungsgerecht und fair zu gestalten.

Der Kaffeemarkt funktioniert nicht mehr. Er funktioniert nicht mehr für die kleinen Familienbetriebe, die früher mit Kaffee Geld verdienten. Er funktioniert nicht mehr für lokale Exporteure und Unternehmer, weil die internationale Konkurrenz sie erdrückt. Und er funktioniert nicht mehr für Regierungen, die zur Steigerung ihrer Exporteinnahmen die Kaffeeproduktion gefördert hatten.

Vor zehn Jahren machte der Export von Rohkaffee noch ein Drittel der Erlöse des Kaffeemarktes aus. Heute sind es weniger als 10 %. In den letzten fünf Jahren sind die Exporterlöse aus Kaffee weltweit um 4 Mrd. US\$ zurückgegangen. Zum Vergleich: Der gesamte Schuldendienst von Honduras, Vietnam und Äthiopien – alle zusammen Kaffeeproduzenten – für die Jahre 1999 und 2000 liegt bei 4,7 Mrd. US\$.

Langfristig wird der Kaffeemarkt womöglich auch für die riesigen Kaffeeröster, zurzeit noch Meister der Verwandlung von grünen Kaffeebohnen in grüne Dollarscheine, nicht mehr funktionieren. Jeder der vier größten Röster der Welt, Kraft, Nestlé, Procter & Gamble und Sara Lee, vertreibt Marken-Kaffees im Wert von mindestens einer Mrd. US\$ Jahresumsatz. Gemeinsam mit dem deutschen Kaffeeriesen Tchibo kaufen sie über die Hälfte der Roh-

kaffee-Ernte eines Jahres auf. Die Umsatzrenditen sind enorm: Für den löslichen Kaffee von Nestlé liegt sie bei schätzungsweise 26 %. Tchibo steigerte 2001 den Jahresüberschuss im Konzernbereich Kaffee überproportional um 47 % auf 181 Mio. Euro. Würden alle Beteiligten der Produktionskette von diesem ertragreichen Markt profitieren, so wäre dies auch in Ordnung. Tatsächlich entstehen aber die Riesenprofite der Konzerne auf Kosten verarmter Kaffeebäuerinnen, die ihre Produktionskosten aufgrund der niedrigen Preise schon längst nicht mehr decken können.

Die Preise derart in den Keller zu drücken, ist langfristig auch eine gefährliche Strategie für die Röster. Der in den vergangenen Jahren zu beobachtende Zuwachs im Fairen Handel belegt ein zunehmendes Bewusstsein der Verbraucher für die Misere der Produzentinnen ihrer Konsumgüter.

Das Kaffeegeschäft macht eine radikale und für viele sehr schmerzhaft Veränderung durch. Aus einem regulierten Markt, in dem Regierungen sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene eine aktive Rolle spielten, ist ein freier, für jedermann offener Markt geworden, auf dem Angebot und Nachfrage den Preis bestimmen. Dies hat in jüngster Vergangenheit den großen Kaffeeröstern extrem niedrige Rohstoffpreise beschert.

Zugleich vollzog Vietnam einen dramatischen Markteinstieg, und Brasilien dehnte seine bereits beachtliche Produktion weiter aus. Die Welt-Kaffeeproduktion erhöhte sich, und mehr Kaffee geringer Qualität kam in den Handel. Hieraus entstand ein katastrophaler Preissturz für die bäuerlichen Betriebe. Gegenwärtig werden 8 % mehr Kaffee produziert als konsumiert. Bisher haben die Kaffeekonzerne auch kaum versucht, die Nachfrage nach Kaffee anzukurbeln. Die Zunahme der Nachfrage um jährlich 1 bis 1,5 % wird von den Angebotssteigerungen, die bei über 2 % liegen, weit übertroffen.

Trotz der stagnierenden Nachfrage geht es den Kaffeekonzerne blendend. Die heutigen standardisierten Kaffeemischungen bestehen häufig aus bis zu zwanzig verschiedenen Kaffeesorten. Durch ausgeklügeltes Risikomanagement und Deckungsgeschäfte ist es den Röstern möglich, per Maus-Klick den Rohkaffee für diese Mischungen vom billigsten Anbieter einzukaufen.

Die große Mehrheit der Bäuerinnen ist aufgrund fehlender Straßen und Transportmöglichkeiten zu lokalen Absatzmärkten sowie mangels Zugang zur notwendigen Technologie, zu Krediten oder Preisinformationen dem Preisdiktat mobiler Zwischenhändler ausgeliefert. Der naheliegende Umstieg auf andere Agrarprodukte ist problematisch. Dafür wären Finanzmittel erforderlich, über die sie nicht verfügen, und es müssten erfolgsträchtigere Anbaualternativen vorliegen. Darüber hinaus ist es für Produzentinnen äußerst gewagt, nach der „Investition“ von vier Jahren Wartezeit, bis die Kaffeepflanzen die ersten Früchte tragen, dem Kaffeeanbau den Rücken zu kehren.

¹ Im gesamten Text steht in der Regel die weibliche Mehrzahl für Männer und Frauen.

Zum Teil ist das Versagen des Kaffeemarktes auch auf ein bemerkenswertes Scheitern der Politik internationaler Organisationen zurückzuführen. So empfahlen Weltbank und IWF den armen Ländern, Handelsliberalisierung und exportorientiertes Wachstum in Wirtschaftsbereichen mit „komparativen Kostenvorteilen“ voranzutreiben. Doch sind diese Vorteile oft nur minimal – wie das Überangebot von Kaffee sowie zahlreicher anderer Agrarrohstoffe auf den Weltmärkten zeigt. Damit sind diese Länder gezwungen, Rohstoffe zu verkaufen, mit denen sie nur marginalen Anteil am Mehrwert des Endprodukts im Supermarktregal erhalten.

Wo blieben die soliden wirtschaftspolitischen Ratschläge von Weltbank und IWF für die Entwicklungsländer bezüglich der allgemeinen Tendenzen auf den Rohstoffmärkten und ihrer voraussehbaren Auswirkungen auf die Preisentwicklung? Welche Absicherungsmaßnahmen wurden von den Geberländern ergriffen, damit die Anstrengungen zum Schuldenabbau hoch verschuldeten, armer Länder nicht durch Krisen auf den Rohstoffmärkten untergraben werden?

Bislang haben die reichen Konsumländer und deren riesige Konzerne mit unverzeihlicher Selbstgefälligkeit reagiert. Angesichts des menschlichen Elends gab es bisher viele Worte, aber wenig Taten. Existierende, marktorientierte Lösungsansätze – Fairer Handel und die Entwicklung von Spezialitäten-Kaffees – sind durchaus bedeutend, aber leider nur für einige der bäuerlichen Betriebe. Mit diesen Ansätzen kann zur Armutsbekämpfung und zum Umweltschutz beigetragen werden. Erforderlich ist jedoch ein über Nischenlösungen hinausgehender struktureller Lösungsansatz.

Die Herausforderung besteht darin, einen Markt zu schaffen, der für Reiche und Arme gleichermaßen funktioniert. Es gilt, die Gründe für das Scheitern vergangener Marktinterventionen zu verstehen und die entsprechenden Lehren daraus zu ziehen. Doch es gilt ebenso, die aktuelle Situation zu berücksichtigen. Der niedrige Kaffeepreis führt zu einem käuferbestimmten Markt, und auf diesem offenen Markt müssen einige der Ärmsten und Schwächsten dieser Erde mit einigen der Reichsten und Mächtigsten verhandeln. Es ist wenig überraschend, dass auf diese Weise die Armen immer ärmer und die Reichen immer reicher werden. Um diese Situation umzukehren, ist eine aktive Beteiligung aller Teilnehmer auf dem Kaffeemarkt vonnöten.

Das Jahr 2003 ist entscheidend. Die Produktionsländer haben beschlossen, das Rohkaffeeangebot durch höhere Qualitätsstandards zu verringern. Dieser Plan wird jedoch nur dann erfolgreich sein, wenn er auch von den Kaffeekonzernen und den reichen Ländern unterstützt wird und wenn parallel dazu Maßnahmen gegen die langandauernde ländliche Unterentwicklung getroffen werden.

Oxfam fordert einen Kaffee-Rettungsplan, damit der Kaffeemarkt für Arme wie für Reiche gleichermaßen funktioniert. An diesem Plan müssen alle wichtigen Akteure auf dem Kaffeemarkt mitwirken, damit die aktuelle Krise bewältigt und ein stabiler Markt geschaffen wird.

Unter Federführung der Internationalen Kaffeeorganisation (ICO) sollen mit dem Rettungsplan innerhalb eines Jahres die folgenden Ergebnisse erzielt werden:

1. Die Kaffeeröster bezahlen den Kaffeebäuerinnen einen seriösen Preis (der über ihren Produktionskosten liegt). Erhöhung des den Produzentinnen gezahlten Kaffeepreises durch Reduzierung des Kaffeeangebotes auf dem Markt sowie Verringerung von Lagerbeständen, indem:
 - Kaffeeröster nur mit Kaffee handeln, der den von der Internationalen Kaffeeorganisation (ICO) empfohlenen Grund-Qualitätsstandards entspricht.
 - mit Finanzmitteln der reichen Länder und der Rösterkonzerne mindestens 5 Mio. Sack minderwertigen Kaffees aus Lagerbeständen vernichtet werden.
2. Einrichtung eines Fonds, um arme Bäuerinnen bei der Umstellung auf alternative Anbauprodukte und andere Erwerbsmöglichkeiten zu unterstützen und so ihre Abhängigkeit vom Kaffee zu verringern.
3. Die Röster verpflichten sich, ihren Bezug von fair gehandeltem Kaffee auf mindestens 2 % der Einkaufsmenge zu steigern.

Der Rettungsplan soll Pilotcharakter für eine längerfristige Rohstoff-Management-Initiative haben, mit der die Rohstoffpreise erhöht und alternative Erwerbsgrundlagen für Bäuerinnen geschaffen werden. Mit einer solchen Initiative soll Folgendes erreicht werden:

1. Einführung von Regulierungsmechanismen durch die Regierungen der Produktions- und der Konsumländer, um Ungleichgewichte zwischen Angebot und Nachfrage zu korrigieren und damit für die Bäuerinnen angemessene Preise sicherzustellen.
2. Kooperation zwischen den Produktionsländern, damit nicht größere Rohstoffmengen auf den Markt gelangen, als abgesetzt werden können.
3. Unterstützung der Produktionsländer in ihren Bestrebungen, einen größeren Anteil der Wertschöpfung der Endprodukte zu erhalten.
4. Finanzierte Anreize zur Überwindung der übermäßigen Abhängigkeit der Kleinbäuerinnen von agrarischen Rohstoffen.
5. Bezahlung seriöser Preise für alle Rohstoffe, einschließlich Kaffee.



Die Kaffeekrise





Peris Mwhaki beim Beschneiden ihrer Kaffeesträucher nach der Ernte in Kenias Zentralprovinz. In den letzten Jahren hat sie für ihre Kaffeekirschen nie mehr als 2-3 Prozent des Endverbraucherpreises, der in den Supermärkten des Nordens für kenianischen Kaffee der Güteklasse AA gezahlt wird, erhalten. „Das Geld kommt hier in den Bergen nicht an“, so Peris. „Die Arbeit auf der Farm ist genauso hart wie immer, aber sie bringt uns nichts mehr ein.“

1. Die Kaffeekrise

Der Kaffeemarkt befindet sich in einer Krise, von der weltweit 25 Millionen Kaffeeproduzentinnen betroffen sind. Der Kaffeepreis hat den tiefsten Stand seit 30 Jahren erreicht, und die längerfristigen Aussichten sind düster. Kaffeeproduzentinnen in Entwicklungsländern, in der Mehrzahl arme Kleinbäuerinnen, müssen ihre Kaffeebohnen inzwischen zu einem Preis verkaufen, der weit unter den Produktionskosten liegt. Die Kaffeekrise ist mittlerweile zu einer Entwicklungskatastrophe mit langandauernden Folgen geworden.

Familien, die vom Kaffeeanbau leben, müssen ihre Kinder, insbesondere Mädchen, von der Schule nehmen, können sich Grundmedikamente nicht mehr leisten und müssen am Essen sparen. Aber nicht nur Kaffeebäuerinnen, ganze Volkswirtschaften sind angeschlagen. Zahlreiche Kaffeehändlerinnen sind ruiniert, und einige Banken geraten zunehmend in Schwierigkeiten. Regierungen, die maßgeblich auf die Einnahmen aus dem Kaffee-Export angewiesen sind, müssen dramatische Kürzungen im Bildungs- und Gesundheitsbereich vornehmen und haben kaum noch Geld für den Schuldendienst.

Wenn es stimmt, dass die Globalisierung – dass der Handel – auch den Armen zugute kommen soll, dann darf der Kaffeemarkt die Armen nicht derart im Stich lassen, wie es gegenwärtig der Fall ist. Und dies muss auch nicht so sein.

Krise? Welche Krise?

Egal, auf welche größere Einkaufsstraße in einem reichen Land man auch blickt, das Bild, das sich einem aufdrängt, ist das einer florierenden Kaffeindustrie. In zentralster Lage locken schicke, neue Kaffeebars junge Leute zu einem Espresso, Latte Macchiato oder Cappuccino. Neuerdings gibt es auch Cafés in Buchhandlungen und Kaufhäusern, die mit ihrem Kaffeeduft müde Kunden zum Verweilen verführen; und den Reisenden auf Bahnhöfen und Flughäfen offerieren zahlreiche Kaffeestände ein umfangreiches Angebot.

Auf den Vorstandsetagen der fünf größten Kaffeeröster – Kraft, Nestlé, Procter & Gamble, Sara Lee und Tchibo – ist man zufrieden, die Geschäfte laufen auf Hochtouren. Mit ihren umsatzstarken Marken Maxwell House, Jacobs (beide Kraft), Nescafé (Nestlé), Folgers (Procter & Gamble), Douwe Egberts (Sara Lee) sowie Tchibo und Eduscho (beide Tchibo) kontrollieren diese fünf Giganten den Kaffeemarkt. Kraft – vom Philip Morris Tabak-Konzern kontrolliert – erzielte im Jahr 2001 allein mit Getränken, Frühstücks-Cerealien und Desserts einen Gewinn von über einer Milliarde US\$. Nestlés löslicher Kaffee – weltweit werden davon jede Sekunde etwa 3.900 Tassen getrunken – fährt derart hohe Gewinne ein, dass ein Investmentanalyst ihn als wirtschaftlich ‚himmlisch‘ bezeichnete.² Bei Tchibo heißt es im Geschäftsbericht 2001, dass „der Konzernbereich Kaffee von einer günstigen Entwicklung der Rohstoffpreise profitierte“ und dadurch der Jahresüberschuss „überproportional“ um 47 % auf 181 Mio. Euro anstieg.³

Die Branche ist dermaßen lukrativ, dass es schockiert, wenn man erfährt, dass Millionen der Produzentinnen dieser scheinbar goldenen Bohnen in tiefer Armut leben. Die Verzweiflung der vielen von Oxfam befragten Kaffeebäuerinnen wird anschaulich von einem Bauern aus Uganda zusammengefasst:

„Ich möchte, dass Du Deinen Leuten sagst, dass das Getränk, das sie gerade genießen, die Ursache aller unserer Probleme ist. Wir bauen Kaffee im Schweiß unserer Angesichts an und verkaufen ihn für nichts.“

LAWRENCE SEGUYA, MPIGI DISTRICT, UGANDA,
FEBRUAR 2002⁴

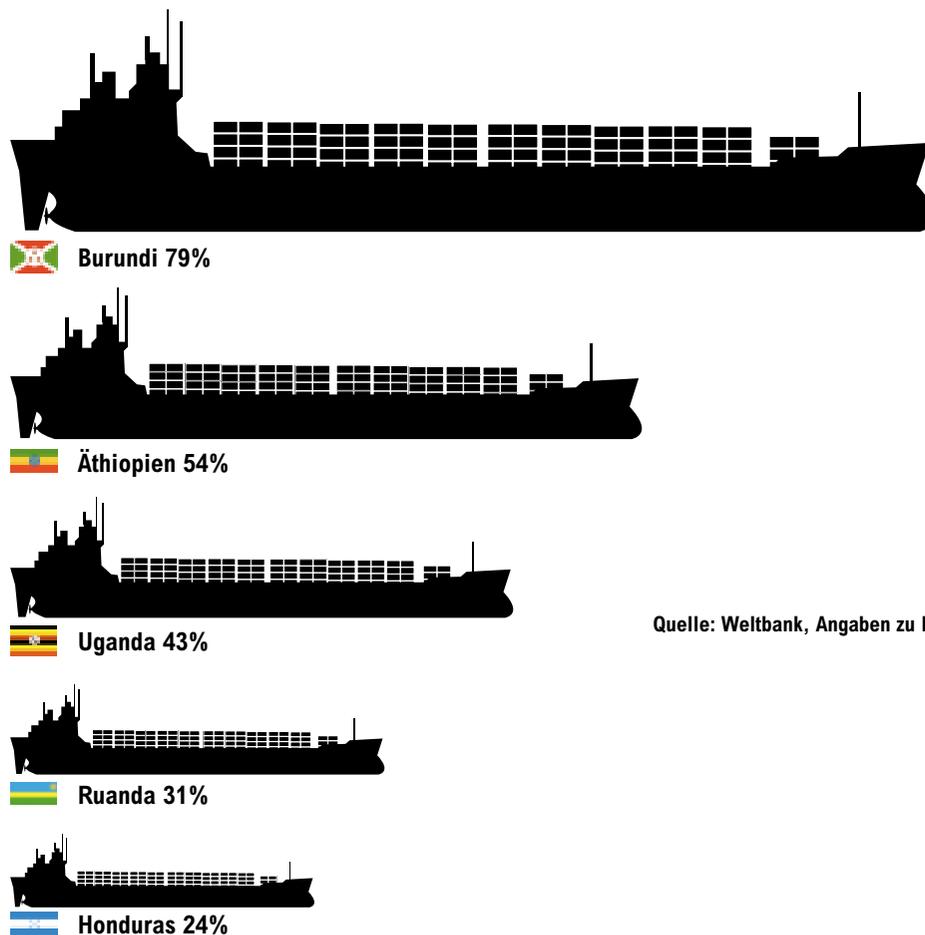
Die schwerwiegenden Probleme auf dem Kaffeemarkt sind beispielhaft für viele andere, für Entwicklungsländer lebenswichtige, Rohstoffmärkte. Die Bewältigung dieser Krise wird ein Test dafür sein, ob die Globalisierung und der durch sie geprägte Weltmarkt tatsächlich für die Armen funktionieren können.

Die Volkswirtschaften einiger der ärmsten Länder sind in hohem Maße vom Kaffeehandel abhängig. Besonders groß ist die Abhängigkeit in einigen afrikanischen Ländern. In Uganda ist die Lebensgrundlage von über 25 % der Bevölkerung in irgendeiner Weise mit dem Verkauf von Kaffee verbunden. In Äthiopien erbringt Kaffee über 50 % der Exporteinnahmen, in Burundi sogar fast 80 % (vgl. Abb. 2). In Guatemala hängt der Lebensunterhalt von mehr als 7 % der Bevölkerung vom Kaffeeanbau ab, im benachbarten Honduras sind es fast 10 %.⁶ In Nicaragua, dem zweitärmsten Land Mittelamerikas, stammen 7 % des Volkseinkommens aus dem Kaffee.⁷

Auch wo die Volkswirtschaft eines Landes insgesamt nicht vom Kaffee abhängig ist, kann dies für einzelne Landesregionen und Bevölkerungsgruppen durchaus der Fall sein. In Mexiko, wo der Anteil der Kaffeeproduktion am Gesamtexport heute gering ist⁸, hat Kaffee immer noch eine sehr große Bedeutung, insbesondere für die 280.000 indigenen bäuerlichen Familien, die größtenteils in den ärmeren Bundesstaaten Oaxaca, Chiapas, Veracruz und Puebla leben. Obwohl Brasilien mit dem Verkauf von Kaffee weniger als 5 % seiner gesamten Deviseneinnahmen erzielt, stellt der Kaffeeanbau die Erwerbsgrundlage von 230.000 bis 300.000 Bäuerinnen dar; weitere drei Millionen Menschen sind direkt in der Kaffeebranche beschäftigt.⁹ Indiens Kaffeeindustrie beschäftigt drei Millionen Menschen.¹⁰

Abb. 2. Starke Abhängigkeit von Kaffee als Devisenbringer

Kaffee-Exporte in Prozent der Gesamtexporte (2000)



Quelle: Weltbank, Angaben zu Burundi aus 1999

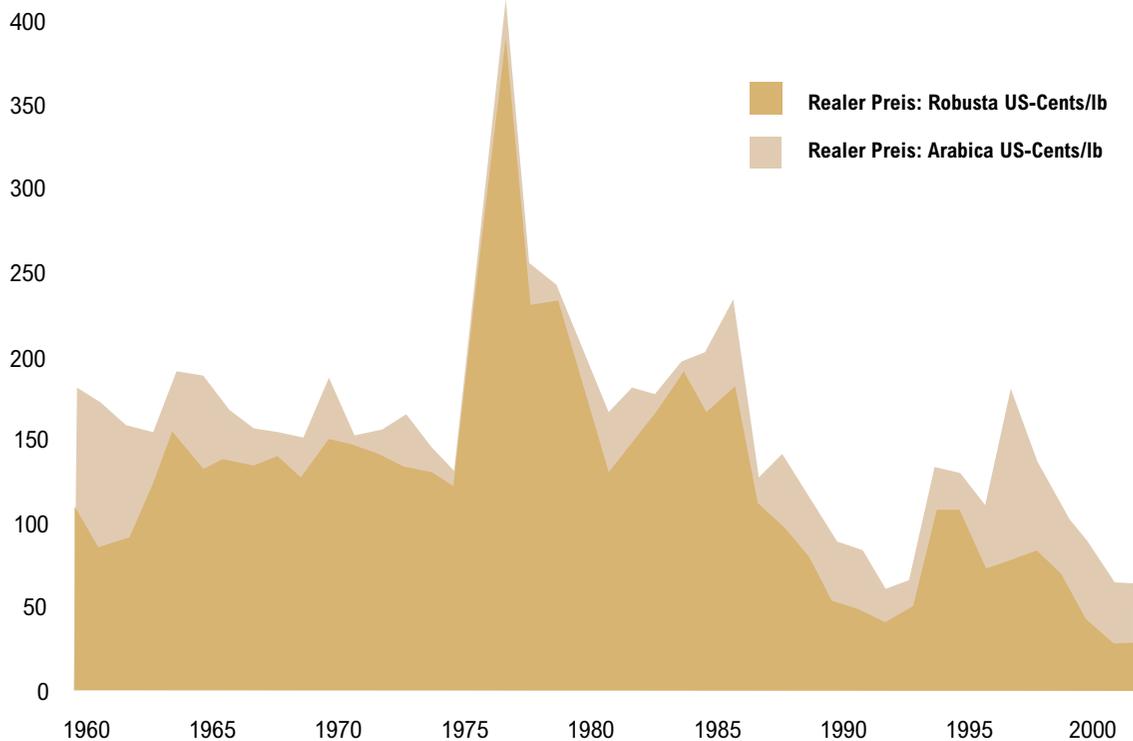
Zerstörung von Gemeinschaften und Ländern

Der Kaffeepreis, der an die Bauern – sowohl für Robusta als auch für Arabica – gezahlt wird, ist auf ein erbärmlich niedriges Niveau gefallen. Der Preissturz setzte 1997 ein, und die Preise erreichten Ende 2001 den tiefsten Stand seit 30 Jahren, um den sie sich bis Mitte 2002 bewegten. Unter Berücksichtigung der Inflation ist der ‚reale‘ Preis noch dramatischer gefallen: auf 25 % des Niveaus von 1960. Mit dem heutigen Erlös können die Kaffeebäuerinnen nur noch ein Viertel dessen kaufen, was ihnen der Erlös vor 40 Jahren ermöglichte (vgl. Abb. 3). Dies ist wahrscheinlich der niedrigste reale Rohkaffeepreis seit 100 Jahren.

Nach Schätzungen von Landell Mills Consultants waren Ende des Jahres 2001 weder die Produzentinnen von Robusta- noch von Arabica-Kaffee in der Lage, mit den Verkaufserlösen ihre Gesamtkosten zu decken. Für die Produzentinnen von Robusta-Kaffee reichte der Preis nicht einmal zur Deckung der variablen Kosten. In Vietnam, einem Land mit ohnehin besonders niedrigen Produktionskosten, ergaben Untersuchungen von Oxfam in der Provinz Dak Lak, dass die Bäuerinnen Anfang 2002 mit dem erzielten Preis nur 60 % der Kosten decken konnten.¹¹

Es sind dies schreckliche Zeiten für Kaffeebäuerinnen, wenn sie aus den mageren Kaffee-Erlösen nicht einmal die Grundbedürfnisse ihrer Familien decken können. Die Mehrzahl der Bäuerinnen hat sich auf die Einnahmen aus dem Kaffeeanbau verlassen, um lebenswichtige

Abb 3. Der dramatische Verfall des realen Kaffeepreises
Arabica und Robusta, US-Cents/lb



Quelle: Weltbank. Preise in konstanten US\$ von 1990. G-5 MUV Preisbereinigungs faktor. Preise für 2002 von Januar - Mai.

Güter zu kaufen, und verfügt nicht über Ersparnisse für schlechte Zeiten. Einige sind gezwungen, ihr Land zu verkaufen; andere müssen ihre Familien und ihr Zuhause verlassen, um andernorts Arbeit zu suchen, was oft negative Folgen für die gesamte Gemeinschaft hat.

„In einigen Gemeinschaften sehen wir, dass sehr viele nach Mexiko auswandern. In ein Dorf kamen vor ungefähr drei oder vier Monaten ca. acht Lastwagen und haben alle, die arbeiten konnten, abgeholt und auf mexikanische Fincas gebracht...dort blieben sie dann vier oder sechs Monate lang. Das bedeutet eine unglaubliche soziale Zerrüttung der Familien“, berichtet Jeronimo Bollen von der Kooperative Manos Campesinos in Guatemala.¹²

In Mexiko und Honduras träumen verzweifelte Bäuerinnen davon, diesem Elend durch eine Flucht in die USA zu entkommen. Im letzten Jahr wurden sechs Kaffeebäuerinnen aus Veracruz, die genau dies versucht hatten, tot in der Wüste von Arizona aufgefunden.¹³

Cesar Villanueva von der Nicht-Regierungsorganisation Rainforest erklärt: *„Die Preiskrise trifft Frauen sehr direkt. Der [männliche] Familienvorstand geht oft anderswo arbeiten, zumindest für einen Teil des Jahres, und lässt Frau und Kinder zurück, die dann das Land allein bearbeiten müssen. Die Konsequenz ist oft, dass die Kinder nicht mehr zur Schule gehen.“* Auch in den Familien, die sonst Erntehelferinnen einstellten, nimmt die Arbeitsbelastung von Frauen zu, weil diese Familien sich keine Arbeitskräfte mehr leisten können, und die zusätzliche Arbeit meist von Frauen verrichtet wird.

Der von Oxfam im März 2002 befragte Mohammed Ali Indris, äthiopischer Kaffeebauer aus der Kafa Provinz, vermittelt ein anschauliches Bild davon, wie der Preisverfall seine Familie betroffen hat. Er ist 36 Jahre alt und unterhält einen zwölköpfigen Haushalt, zu dem auch die Kinder seines verstorbenen Bruders gehören. Vor etwa fünf Jahren, so schätzt er, hatte er durch den Verkauf seiner Mais- und Kaffee-Ernte noch ein jährliches Einkommen von ungefähr 320 US\$. Dieses Jahr rechnet er mit einem Erlös von etwa 60 US\$ für den Kaffee; den Mais, den er sonst verkauft hätte, hat seine Familie schon aufgegessen.

„Vor fünf oder sieben Jahren betrug meine Ernte sieben Sack rote Kirschen [unverarbeiteter Kaffee], und das war

ausreichend, um Kleider und Medikamente zu kaufen, bestimmte Dienstleistungen zu bezahlen und viele Probleme zu lösen. Heute kann ich nicht einmal mit der vierfachen Verkaufsmenge meine Ausgaben decken. Um einen zuvor aufgenommenen Kredit für den Kauf von Dünger und besserem Saatgut für Mais abzubezahlen, war ich gezwungen, meine Ochsen zu verkaufen – oder ich wäre ins Gefängnis gekommen.“

„Weil es in der Kafa-Provinz Malaria gibt, sind unsere Gesundheitskosten sehr hoch. Jedes Jahr muss mindestens ein Familienmitglied zur Behandlung ins Krankenhaus. Eine Behandlung kostet sechs Dollar. Außerdem müssen wir ‚tef‘ [stärkereiches Grundnahrungsmittel], Salz, Zucker, Seife und Petroleum für die Lampen kaufen. Die Schule kostet auch Geld. Früher konnten wir diese Kosten decken, jetzt nicht mehr... Drei unserer Kinder können nicht zur Schule gehen, weil ich die Schuluniformen nicht bezahlen kann. Mittlerweile kaufen wir auch keinen ‚tef‘ und kein Speiseöl mehr. Wir essen hauptsächlich Mais. Die Haut unserer Kinder wird immer trockener, und sie weisen bereits Zeichen der Mangelernährung auf.“¹⁴

Familien hungern

Nach Angaben des Welternährungsprogramms hat die Kaffeekrise in Kombination mit den Folgen einer Dürre dazu geführt, dass im März 2002 30.000 Menschen in Honduras hungern und Hunderte von Kindern wegen extremer Mangelernährung in Krankenhäuser eingeliefert werden mussten.¹⁵ *„In einigen Gegenden Mittelamerikas ist der Hunger allgegenwärtig, besonders im Nordosten Guatemalas, wo die Getreideernten durch die Dürre stark zurückgegangen sind, und das Welternährungsprogramm seither gezwungen war, eine Reihe von Nothilfeprogrammen durchzuführen“,* wird berichtet.¹⁶

Im Januar 2002 machten EU und USAID auf wachsende Armut und Probleme der Ernährungssicherung bei äthiopischen Kaffeebäuerinnen aufmerksam. Diese würden ihr Hab und Gut verkaufen und am Essen sparen. Auch bei Oxfam-Interviews in Peru gaben die Bäuerinnen an, sich beim Essen sehr einschränken zu müssen. In der Provinz Dak Lak in Vietnam bezeichnet man das Einkommen der ärmsten Kaffeebäuerinnen, die ausschließlich Kaffee anbauen, inzwischen als „Vorstufe zum Verhungern“.

Besonders akut ist der Hunger dort, wo Familien mehr landwirtschaftliche Nutzfläche für den Kaffee als für den Anbau von Subsistenz-Feldfrüchten genutzt haben. Bei der Entscheidung über diese Aufteilung entstehen oft Konflikte zwischen den Frauen, die für die Ernährung der Familie zuständig sind, und den Männern, deren Ziel möglichst hohe Bar-Einnahmen sind.

Kinder müssen die Schule abbrechen

Für viele der Bäuerinnen, mit denen Oxfam in Vietnam, Ostafrika und Peru Gespräche geführt hat, ist der Kaffeepreis die Ursache dafür, dass sie für ihre Kinder keine gute Schulbildung mehr gewährleisten können.

In Uganda, wo ein besonders hoher Bevölkerungsanteil zumindest teilweise vom Kaffee abhängig ist, können viele Familien aufgrund der Kaffeekrise ihre Kinder nicht mehr zur Schule schicken.

Bruno Selugo (17 Jahre alt) und sein Bruder Michael (15), die im Mpigi-District in Uganda leben, mussten beide die Schule abbrechen, weil sie das Schulgeld nicht mehr bezahlen können. *„Ich kann nicht erfolgreich sein, wenn ich nicht zur Schule gehe“, sagt Bruno. „Ich werde einfach hier zurückbleiben und ein bisschen was zu essen anbauen. Ich wurde immer wieder von der Sekundarschule nach Hause geschickt....Sie jagen dich einfach davon, wenn du das Schulgeld nicht hast....Jetzt ist die Haupt-Kaffeesaison. Früher war es so, dass alle mit dem Geld vom Kaffee wieder zurück auf die Schule gegangen sind, aber dieses Geld gibt es nicht mehr. Der Kaffeepreis ist so niedrig, dass die Leute nicht einmal mehr zum Pflücken gehen ...Ich wünschte, die Leute, die unseren Kaffee trinken, würden uns bessere Preise bezahlen. Ich will nur wieder zur Schule.“*

Patrick Kayanja, Schulleiter von Brunos Schule, erklärt: *„Die Schülerzahlen sind sehr niedrig. Wir haben das Schulgeld bereits stark abgesenkt, und dennoch können es die Eltern nicht bezahlen. Sie verwendeten dafür immer das Einkommen aus dem Verkauf des Kaffees, aber das existiert nicht mehr. Es gab eine Zeit zwischen 1995 und 1997, da gingen 500 Schülerinnen auf unsere Schule. Vor drei Jahren waren es noch 250. Im letzten Jahr hatten wir am Anfang des Schuljahres 140, und am Jahresende waren es schließlich nur noch 54. So wie ich die Situation auf den Farmen einschätze, werden wir dieses Jahr wahrscheinlich nicht über 120 kommen.“*⁴¹⁷

Schlechtere medizinische Versorgung

Das Zusammenwirken sinkender Kaffee-Einkommen und steigender Anforderungen an das Gesundheitssystem hat verheerende Auswirkungen auf die Gesundheitsversorgung. In Äthiopien, wo Kaffee das Hauptexportprodukt ist, wo 700.000 Haushalte ihren gesamten Lebensunterhalt und weitere Millionen zumindest einen Teil ihres Einkommens aus dem Kaffeeanbau bestreiten¹⁸, schränkt der Rückgang der Exporterlöse ernsthaft die Fähigkeit des Landes ein, gegen die HIV/AIDS-Krise anzugehen. Die AIDS-Behörde der UN schätzt, dass 5 % der äthiopischen Bevölkerung, d.h. über drei Millionen Erwachsene, mit dem Virus infiziert sind. Das Gesundheitsministerium geht davon aus, dass bis zum Jahre 2014 allein für die Behandlung von HIV/AIDS-Patienten über 30 % der Gesamtausgaben im Gesundheitsbereich aufgewendet werden müssen.

Durch die AIDS-Epidemie wird nicht nur der Staatshaushalt, der zum Teil durch Einnahmen aus der Kaffeeproduktion finanziert wird, überdimensional beansprucht. Wie in vielen anderen Entwicklungsländern, die nur über eine extrem eingeschränkte staatliche Gesundheitsversorgung verfügen, müssen auch in Äthiopien die Patientinnen und ihre Familien für die Behandlungskosten und Arzneimittel selbst aufkommen.

HIV/AIDS verursacht hohe volkswirtschaftliche Kosten: geringe Produktivität aufgrund eingeschränkter Arbeitsfähigkeit, zusätzliche Ausgaben für Medikamente und Behandlung, sowie Beerdigungskosten. Diese Kosten überschreiten das durchschnittliche Haushaltseinkommen einer armen, ländlichen Familie in Äthiopien bereits um ein Vielfaches. Für Familien, die von - ständig sinkenden - Kaffee-Erlösen abhängen, ist diese Situation untragbar. Frauen sind besonders stark betroffen, weil sie zum einen die zusätzliche Last der Versorgung kranker Familienmitglieder tragen und zum anderen bei der Entscheidung, für welches Familienmitglied mit den beschränkten Finanzen eine Behandlung bezahlt wird, oftmals selbst zurückstehen müssen.

Mittellose Saisonarbeitskräfte und Landarbeiterinnen

Saisonarbeitskräfte und Landarbeiterinnen zählen mit zu den Ärmsten und wirtschaftlich Verletzlichsten im Kaffeesektor. Sie verrichten Lohnarbeit auf den kleinen und mittelgroßen Betrieben (10-15 Hektar) sowie den großen Plantagen (über 50 Hektar), auf denen ca. 30 % der Weltkaffeeproduktion angebaut werden. Weit weg von zu Hause, können sie sich nicht zusätzlich mit Nahrungsmitteln aus der eigenen Subsistenzproduktion versorgen, und nicht selten werden sie von heute auf morgen entlassen.

In einigen Ländern sind die Arbeitsstandards in der Kaffeeproduktion auf einem akzeptablen Niveau, aber das ist bei weitem nicht der Regelfall. Viele Kaffeearbeiterinnen sind nicht in der Lage, sich in Gewerkschaften zusammenzuschließen, um ihre Löhne zu verhandeln. Selbst dort, wo Arbeitsschutzgesetze existieren, werden diese oftmals nicht eingehalten und die Rechte der Arbeiterinnen ignoriert. Umso mehr, wenn es sich um Wanderarbeiterinnen handelt, die während der Erntezeit illegal in Nachbarländern arbeiten¹⁹.

Frauen erhalten für gleiche Arbeit oft einen niedrigeren Lohn als Männer (in Honduras bis zu 30 % weniger), und Kinderarbeit ist weit verbreitet. In Kenia beispielsweise sind 30 % der Kaffee-Erntearbeiterinnen unter fünfzehn Jahre alt.²⁰

Nach Aussagen der Weltbank haben im Kaffeesektor in Mittelamerika kürzlich 400.000 Gelegenheitsarbeiterinnen und 200.000 Festangestellte ihre Arbeit verloren.²¹ In Guatemala sind viele der Saisonarbeitskräfte indigene Indianer. Sie verlassen für die Erntearbeit ihren Heimatort in der Hoffnung, mit dem erzielten Lohn den Jahresvorrat an Speiseöl, Salz und Kleidung kaufen zu können. Schon vor dem Preisverfall auf dem Rohkaffeemarkt waren die Arbeits- und Lebensbedingungen dieser Arbeiterinnen miserabel. Die Wanderarbeiterinnen werden üblicherweise in großen Scheunen oder Schlafsälen untergebracht, wo sie weder Privatsphäre noch sauberes Wasser und angemessene sanitäre Einrichtungen zur Verfügung haben.

Viele haben aufgrund der Krise Verzweiflungsmaßnahmen ergriffen. Nachdem in den Kaffeeanbaugebieten Guatemalas im Januar 2002 kleinere Betriebe bis zu 75 % ihrer Erntehelferinnen entließen, kam es zu zahlreichen Landbesetzungen durch arbeitslose Gelegen-

heitsarbeiterinnen.²² In Karnataka, einer bedeutenden Kaffeeregion Indiens, ging die Zahl der Plantagenarbeiterinnen in den letzten zwei Jahren um 20 % zurück.²³

Steigender Anreiz zum Drogenanbau

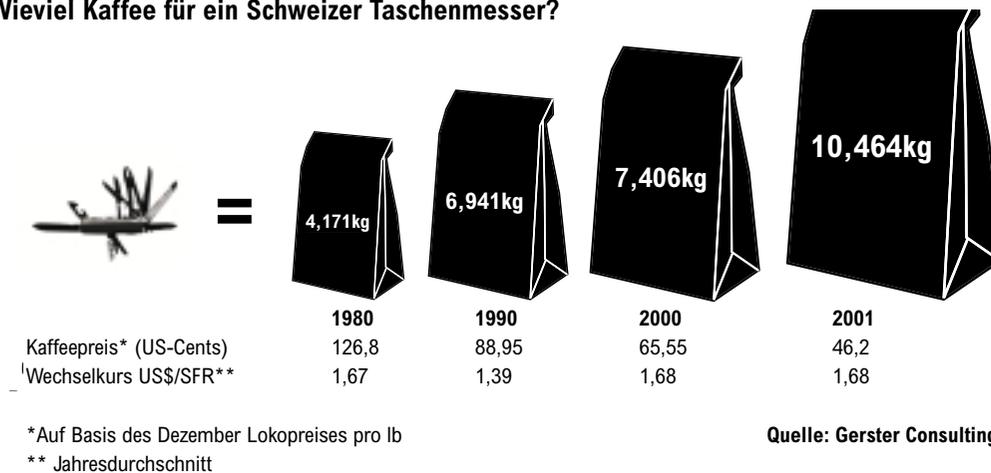
Die Kaffeekrise hat auch einige unerwartete entwicklungspolitische Auswirkungen erzeugt. In Peru, Kolumbien und Bolivien sind die Anbaubedingungen für Kaffee denen für Koka – dem Rohstoff für die Herstellung von Kokain – sehr ähnlich. Seit Jahrzehnten werden die Andenstaaten insbesondere von der US-amerikanischen Drogenbehörde [Drug Enforcement Agency, DEA] dazu gedrängt, durch eine Beteiligung an den Programmen zur Zerstörung von Kokafeldern ihren Beitrag zum Anti-Drogen-Krieg zu leisten. Diese Programme zur Substitution der Kokapflanzen sind durch den Verfall des Kaffeepreises ernsthaft bedroht.

„ Kaffee wird ganz eindeutig durch Koka ersetzt. In der Gegend um Sauce geschieht es noch weitgehend versteckt, da CORAH [die Drogenbekämpfungbehörde] dort noch recht aktiv ist. Aber CORAH kann nicht Schritt halten. Vom rein wirtschaftlichen Standpunkt aus betrachtet, ist Kaffee reine Zeitverschwendung...Jeder baut ein bisschen Koka an, obwohl das seinen Preis hat. Alle sind sich dessen bewusst. Gewalttaten, wie Überfälle und Vergewaltigungen, nehmen zu. Es bringt auch Prostitution und Bandenkrieg mit sich.“ Ing. Guillermo Lopez²⁴– Sauce, Peru

Finanzielle Krisen der Volkswirtschaften

Der Preisverfall auf dem Kaffeemarkt hat schwerwiegende Folgen, weit über die Gemeinschaften der Kaffeeproduzentinnen hinaus: Die überwiegend armen Länder, die Kaffee anbauen, gerieten in eine schwere Entwicklungskrise. Das Versiegen der Kaffeegelder innerhalb der lokalen Wirtschaftskreisläufe stellt die Hauptursache für den Konkurs mehrerer Banken dar. In Mittelamerika wird der Kaffeekrise, bezogen auf die Einkommenseinbußen, die *Wirkung eines zweiten [Hurrikan] Mitch'* beigemessen. In diesen Ländern sind die Einnahmen aus dem Kaffee-Export in nur einem Jahr um 44 %, nämlich von 1,7 Milliarden (1999/2000) auf 938 Mio. US\$ (2000/2001), gesunken. Die Voraussagen für 2001/2002 sind düster: ein weiterer Rückgang um 25 %.²⁵

Abb. 4: Wieviel Kaffee für ein Schweizer Taschenmesser?



In Afrika südlich der Sahara ist die Lage ähnlich. Die Kaffee-Exporteinnahmen Äthiopiens gingen in nur einem Jahr um 31 % von 257 Mio. auf 149 Mio. US\$ zurück.²⁶ In Uganda, wo etwa ein Viertel der Bevölkerung in irgendeiner Weise von der Kaffeeproduktion lebt, blieben die Kaffee-Exporte in den acht Monaten bis Juni 2002 im Vergleich zum Vorjahr zwar mengenmäßig konstant, die daraus resultierenden Einnahmen sanken jedoch um fast 30 %.²⁷

Durch diese Einkommensverluste sitzen die Produktionsländer doppelt in der Klemme. Während ihre Exporte einem starken Preisverfall ausgesetzt sind, gehen die Preise für Importwaren, meist verarbeitete Produkte, nur sehr langsam zurück, was zu einer Verschlechterung ihrer Austauschrelationen (‘terms of trade’) führt. Abbildung 4 zeigt dies anschaulich: Eine Kaffeebäuerin müsste heute mehr als doppelt so viel Rohkaffee verkaufen wie 1980, um sich das gleiche Schweizer Taschenmesser kaufen zu können.

Die Austauschrelationen haben auch gravierende Auswirkungen auf die Ableistung des Schuldendienstes. Da die Auslandsschulden in US-Dollar festgeschrieben werden, der Dollarwert des Rohkaffee-Exports jedoch kontinuierlich sinkt, wird die Bedienung der Schulden immer schwieriger. Für die ärmsten Länder wurden Schuldenerlass-Initiativen (einschließlich der sog. HIPC-Initiative für die ärmsten, hochverschuldeten Länder) geschaffen. Durch den Einbruch der Export-

erlöse werden die Bemühungen zur Stabilisierung der Finanzen der armen Länder jedoch untergraben.

Wie bereits erwähnt, sanken Äthiopiens Exporteinnahmen aus Kaffee in nur einem Jahr von 257 Mio. auf 149 Mio. US\$.²⁸ Zum Vergleich: Der durch die HIPC-Initiative und andere Schuldenerlassmaßnahmen eingesparte Schuldendienst Äthiopiens wird für das Jahr 2002 auf 58 Mio. US\$ geschätzt.²⁹ Der Landwirtschaftsminister Nicaraguas, Jose Augusto Navarro, wies ebenfalls auf die enorme Schuldendienst-Belastung seines Landes hin, die zusätzlich zu all dem sonstigen Elend der Kaffeekrise getragen werden muss.³⁰

Es ist tragisch, dass durch den Kaffee nicht nur kein gesunder landwirtschaftlicher Sektor geschaffen wurde und die so dringend benötigten Devisen nicht erwirtschaftet werden können, sondern dass die Regierungen der Kaffeeländer durch den Kaffee sogar noch gezwungen sind, Rettungsmaßnahmen für ihre Bäuerinnen zu ergreifen. So wurden in Kolumbien 72 Mio. US\$ zur Subventionierung einheimischer Kaffeeproduzentinnen bereitgestellt.³¹ Costa Rica musste 2001 73 Mio. US\$ für zinsfreie Notkredite für Kaffeebäuerinnen aufbringen.³² In Thailand beabsichtigt die Regierung, über die Hälfte der Jahresernte aus 2001/2002 zu einem festgelegten Preis, der zwar unter den Produktionskosten, jedoch erheblich über dem Weltmarktpreis liegt, aufzukaufen.³³

Geoff Sayer



Die Ursachen der Krise



Arabica-Kaffeeirschen, die George Sakwa auf seinem kleinen Familienbetrieb an den Hängen des Mount Elgon in Uganda geerntet hat. George und seine Frau Topista mussten im Jahr 2001 ca. 0,7 Hektar ihrer Farm verkaufen, weil sie mit den Erlösen aus dem Kaffeeverkauf die Sekundarschulgebühren ihrer Kinder nicht mehr bezahlen konnten.

2. Die Ursachen der Krise

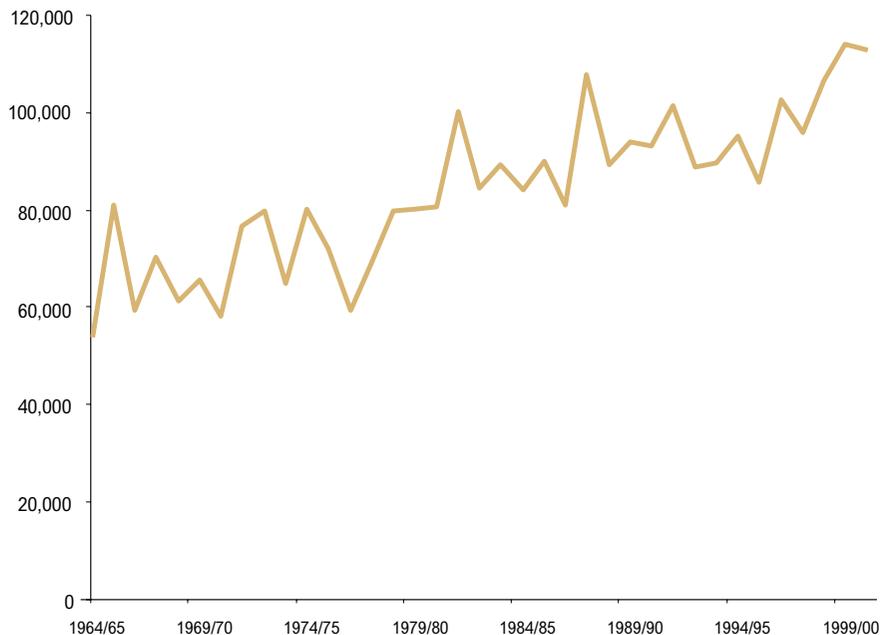
Der Kaffeemarkt befindet sich in einer Krise: Die Preise sinken, und die Kaffequalität geht zurück. Für Bäuerinnen bedeutet geringere Qualität niedrigere Preise, sogar für die Arabica-Sorten, die früher zu Höchstpreisen verkauft wurden. Dies ist schlecht für Kaffeebäuerinnen, Kaffeekonsumentinnen und letzten Endes auch für die Kaffeeröster. Vier Hauptursachen liegen dieser katastrophalen Entwicklung zugrunde:

- Die Umstrukturierung der Märkte: von der Regulierung zur Kaffee-Schwemme
- Ungleiche Machtverhältnisse auf dem Markt: arme Bäuerinnen, profitierende Röster
- Neue Verarbeitungstechniken und Anbaumethoden: sinkende Qualität
- Keine Alternativen: gescheiterte ländliche Entwicklung

Die Umstrukturierung der Märkte – von der Regulierung zur Kaffee-Schwemme

Auf dem Kaffeemarkt herrscht ein extremes Überangebot. Die für den Handel produzierten Mengen sind weit größer als die Nachfrage. Die in der Saison 2001/2002 produzierte Kaffeemenge wird auf 115 Mio. Sack³⁴ – à 60 kg – geschätzt, gegenüber einem Konsum von nur etwa 105-106 Mio. Sack³⁵ (vgl. Abb. 5). Während das Angebot jährlich um etwa 2 % zunahm, stieg die Nachfrage nur um 1 bis 1,5 % pro Jahr.³⁶ Es wird geschätzt, dass aufgrund dieser jährlichen Überschüsse inzwischen Lagerbestände von über 40 Mio. Sack Kaffee aufgebaut wurden.³⁷ Selbst wenn Angebot und Nachfrage in der nächsten Zeit in Übereinstimmung gebracht würden – und manche erwarten dies für das Jahr 2003/2004 – bliebe aufgrund dieser Bestände der Kaffeepreis dennoch unverändert niedrig.

Abb. 5: Die Welt-Kaffeeproduktion 1964-2001 (in Tsd. Sack)



Quelle: ICO

Es gibt drei Gründe dafür, dass Angebot und Nachfrage so weit auseinander klaffen: das Ende des regulierten Marktes im Jahr 1989, der Einstieg neuer, bedeutender Produzenten in den Markt und stagnierende Nachfrage auf den traditionellen Märkten des Westens.

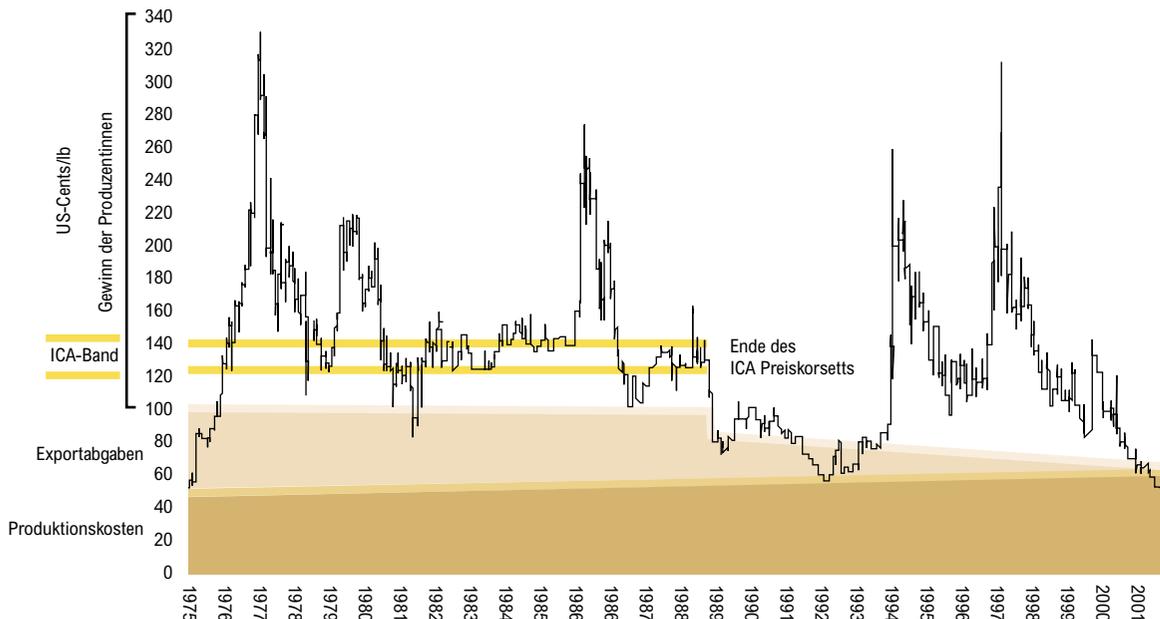
Der Zusammenbruch des regulierten Marktes

In den letzten 15 Jahren hat sich der Kaffeemarkt radikal verändert. Bis 1989 wurde Kaffee, wie die meisten Rohstoffe, auf einem regulierten Markt gehandelt, der durch das Internationale Kaffee-Abkommen (ICA) geregelt war. Die Regierungen der Produktions- und Konsumländer waren bestrebt, das Angebot durch Exportquoten der Produzentenländer auf ein festgelegtes Maß zu beschränken. Das Ziel war, den Kaffeepreis relativ hoch und relativ stabil innerhalb einer Bandbreite bzw. eines „Korsetts“ von 1,20 US\$/lb bis 1,40 US\$/lb³⁸ zu halten. Zur Vermeidung von Überangebot mussten sich die beteiligten Länder verpflichten, ihren vereinbarten Anteil am Weltkaffee-Export nicht zu überschreiten. Überstieg der Weltmarktpreis die festgelegte Preisobergrenze, dann war es den Produktionsländern erlaubt, zur Deckung der Zusatznachfrage über ihre Quote hinaus zu exportieren.

Aufgrund von Streitigkeiten unter den Mitgliedern war das Abkommen im Jahr 1989 praktisch gescheitert. Ein wesentlicher Grund dafür waren Widerstrebenungen der USA, die dann auch als Mitglied ausschieden. Formal existiert das Abkommen zwar noch, administriert durch die Internationale Kaffee-Organisation, aber es ist nicht mehr in der Lage, das Kaffeeangebot durch Quotenregelung und Preis-Korsett zu steuern. Heute bilden sich die Kaffeepreise an den beiden großen Terminmärkten in New York und London, an denen jeweils bestimmte Sorten und Qualitäten gehandelt werden. In London bildet sich der Richtpreis für Robusta-Kaffee, in New York derjenige für Arabica. Stark beeinflusst wird der Kaffeepreis vom umfangreichen Handel mit Kaffeeverträgen, deren Volumen die tatsächlich umgesetzten Rohkaffeemengen bei weitem übersteigt.

Aus der Sicht der Produktionsländer gilt die Zeit, in der das Kaffee-Abkommen noch funktionierte, im Vergleich zur aktuellen Krisensituation, als goldene Ära guter, stabiler Preise. Die Preisentwicklung in dieser Zeit (1975 – 1989) zeigt Abbildung 6: Trotz erheblicher Schwankungen blieb der Kaffeepreis vergleichsweise hoch und fiel selten unter den vom ICA festgesetzten Mindestpreis von 1,20 US\$/lb. Mit dem

Abb. 6: Monatspreise auf dem New Yorker Kaffee-Terminmarkt (spot month)



Quelle: Volcafe. Es gilt zu beachten, dass die einzelnen Bäuerinnen nicht, wie hier angegeben, den vollen „Gewinn der Produzentinnen“ erhielten, da ein großer Anteil für den Zwischenhandel und aufgrund ineffektiver Vermarktungswege abging.

Scheitern des Abkommens und dem Ende des Preis-Korsetts 1989 setzte hingegen ein dramatischer Preisverfall ein, der seither, abgesehen von zwei kurzen Preissteigerungen wegen frostbedingter Ernteausfälle in Brasilien 1995 und 1997, anhält und den Preis sogar unter das Niveau der durchschnittlichen Produktionskosten sinken ließ.

Kritiker nennen viele Gründe für das Scheitern des Abkommens. So gab es große politische Feilscherei um höhere Exportquoten, und für neue Produzenten war der Markteintritt sehr schwierig. Außerdem hielten sich einige Mitglieder nicht an die vereinbarten Quoten und verkauften außerhalb des Abkommens an Länder, die nicht dem Abkommen angehörten. Dies untergrub die Bemühungen, das angestrebte Preisniveau zu halten und führte zum Vertrauensschwund unter den Mitgliedern. Manche Kritiker halten das Preis-Korsett für die Ursache der anhaltenden Überproduktion, weil das Preisband zu hoch angesetzt war. Andere sind der Ansicht, das Überangebot sei eher auf die beiden kurzfristigen starken Preisanstiege von 1994/95 und 1997 als auf die Hochpreisphase der 80er Jahre zurückzuführen.

Die vorliegenden Vorschläge zur Wiederbelebung des Abkommens scheitern am mangelnden politischen Willen der Beteiligten. Die Konsumländer zeigen gegenwärtig keine Bereitschaft mitzuarbeiten, und die Produktionsländer scheinen zur Einhaltung der von ihnen selbst aufgestellten Regeln entweder nicht willens oder nicht in der Lage. Angesichts fehlender Unterstützung der Konsumländer hatten die Produktionsländer zwar den Versuch unternommen, im Alleingang ihre Exportmengen zu beschränken, jedoch scheiterte diese Initiative 2001. Der Mangel an politischem Willen, die Märkte mittels Quoten zu regulieren, bedeutet allerdings keinesfalls, dass nicht andere Ansätze zur Marktregulierung, insbesondere solche, die sich auf die Wirkung von Marktmechanismen stützen, durchaus funktionieren könnten. Von der ICO wurde ein solcher Ansatz entwickelt, nämlich ein Modell, das die gehandelte Kaffeemenge auf der Grundlage der Qualität verringert. Diese Initiative wird aber nur mit der Unterstützung der reichen Länder und der Kaffeeröster funktionieren können.

Einzug der Riesen auf dem Kaffeemarkt: Brasilien und Vietnam

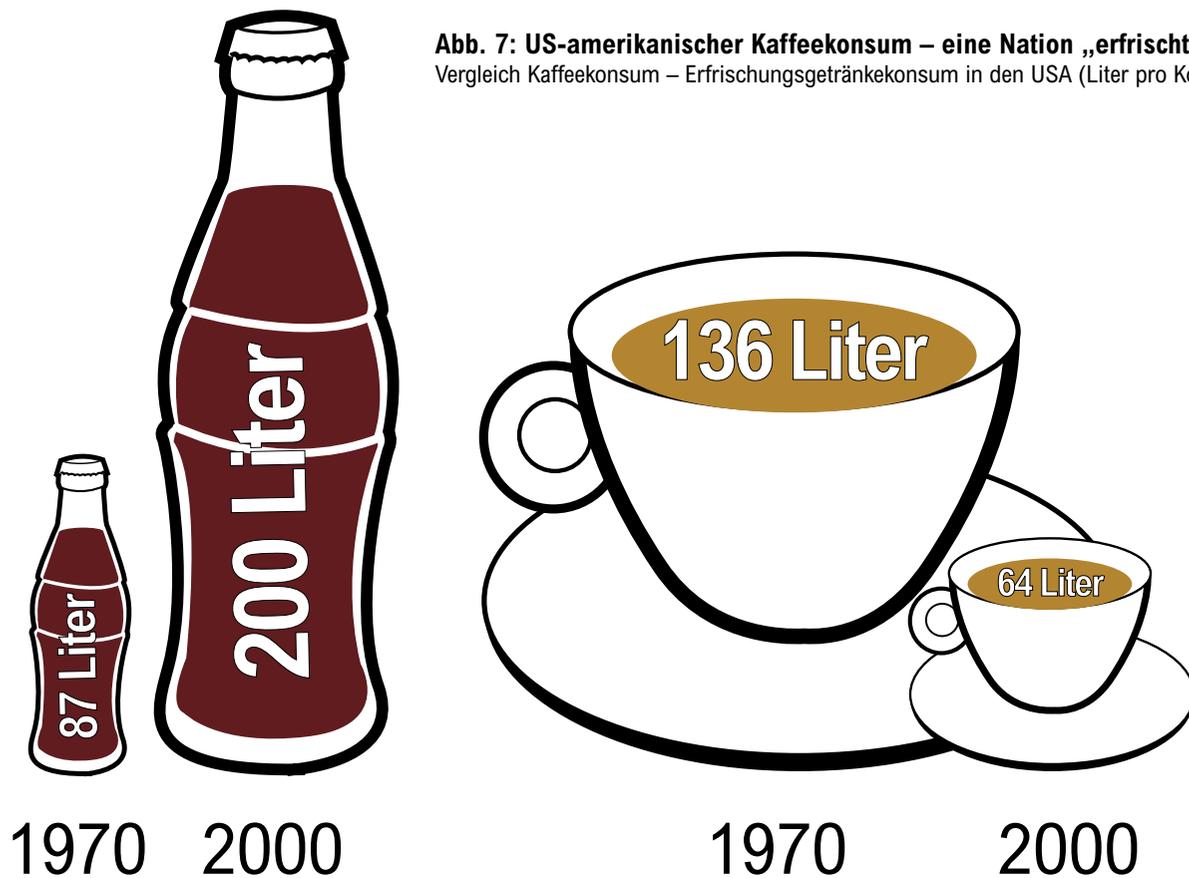
Brasilien und Vietnam haben das weltweite Kaffeeangebot völlig umgestaltet. Vor zehn Jahren noch fiel Vietnam mit seiner Kaffeeproduktion von gerade einmal 1,5 Mio. Sack in den Statistiken kaum auf. In den 90er Jahren öffnete das Land seine Agrarwirtschaft dem Weltmarkt, und die Regierung förderte den Kaffeeanbau mit Land, Bewässerungssystemen und Subventionen. Seit 2000 ist Vietnam der zweitgrößte Kaffeeproduzent der Welt, mit 15 Mio. Sack Kaffee, größtenteils aus kleinbäuerlicher Produktion.

Brasilien, der zweite Riese, ist eigentlich kein Neuling, sondern schon seit langem weltgrößter Kaffeeproduzent. Aber erst in jüngster Zeit wurde die Produktion durch Änderungen bei den Anbaumethoden und Verlagerung der Kaffeeanbauggebiete erneut gesteigert. Die Erhöhung der Erntemengen basiert auf verstärkter Mechanisierung, intensiveren Produktionsverfahren und der Verlagerung des Anbaus aus den traditionellen, frostgefährdeten Regionen in neue Gebiete. Die allseits erwartete Riesenernte in Brasilien wird Exportrückgänge in anderen Ländern wettmachen und damit das Überangebot an Kaffee weiter aufrechterhalten.³⁹

Zusätzlich zu dem dramatisch gestiegenen Angebot hat dies gravierende Auswirkungen auf die traditionellen Kaffeeproduktionsländer: Sie müssen nun mit einem beispiellos hohen Produktivitätsniveau konkurrieren. *„Damit Sie einen Eindruck von den Unterschieden bekommen: In einigen Gebieten Guatemalas sind etwa 1.000 Leute nötig, die jeweils einen ganzen Tag arbeiten, um einen Container mit 275 Säcken à 60 kg zu füllen. Im brasilianischen Cerrado braucht man dafür fünf Leute und eine Erntemaschine für zwei bis drei Tage. Einer fährt und die anderen pflücken den Kaffee. Wie sollen Familienbetriebe in Mittelamerika damit konkurrieren?“*, fragt Patrick Installe, Geschäftsführer von Efico, einem Rohkaffee-Handelsbetrieb.⁴⁰

Was löste diesen Sprung in der Weltkaffeeproduktion und das daraus resultierende Überangebot aus? Für den Markteinstieg einiger Länder und ihrer Bäuerinnen sind sicherlich die extremen Preisspitzen der Jahre 1994/95 und 1997 – ausgelöst durch frostbedingte Ernteausfälle in Brasilien – verantwortlich. Aber in den Produktionsländern trugen auch andere

Abb. 7: US-amerikanischer Kaffeekonsum – eine Nation „erfrischt“ sich
 Vergleich Kaffeekonsum – Erfrischungsgetränkekonsum in den USA (Liter pro Kopf)



Quelle: US Department of Agriculture/Davenport & Company

Die Zahlen für 2000 sind Prognosen

Die Zahlen für den Kaffeekonsum basieren auf laufenden 3-Jahres-Durchschnitten

Faktoren, wie nationale Politik, neue Technologien und Devisengeschäfte dazu bei.

Die Nachfrage hält nicht Schritt

Über die Hälfte der Weltkaffee-Exporte werden allein von den USA, Deutschland, Frankreich und Japan konsumiert.⁴¹

Während die Kaffeeproduktion rasch angestiegen ist, wächst die Kaffeefachfrage in den Industrieländern nur im Schnecken tempo. Allerdings geben neue Märkte, wie beispielsweise Osteuropa, Anlass zur Hoffnung.

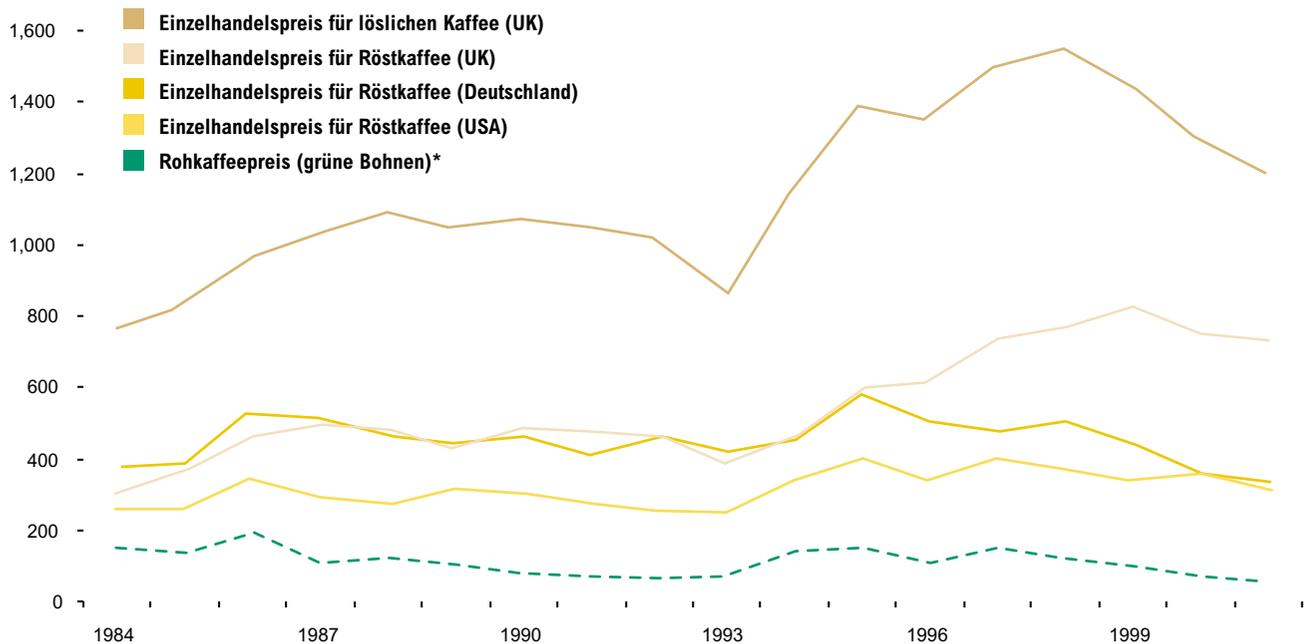
Die großen Kaffeekonzerne investieren zwar jährlich Millionen von Dollar in ihre Werbung, doch konnten sie die Konsumenten in den reichen Ländern nicht daran hindern, auf andere Getränke umzusteigen. Abbildung 7 zeigt, wie in den USA, dem weltgrößten Konsumenten-Markt, der Konsum von Kaffee im Vergleich zu Erfrischungsgetränken zurückgegangen ist. Dies Bild gilt aber nicht weltweit. Nestlé, dessen Marktanteil in den USA relativ klein ist, konnte nach eigenen Angaben den Absatz von Nescafé in den letzten zehn Jahren um 40 % steigern.

Durch das Zusammenspiel von Überangebot, Produktionswachstum und schleppender Nachfrage ist ein extrem unausgeglichener Markt entstanden, der nicht einfach sich selbst überlassen werden kann, um Angebot und Nachfrage wieder in Einklang zu bringen. Das menschliche Leid, das eine solche Vorgehensweise erzeugen würde, ist inakzeptabel: Der Markt bietet keine Antwort auf die Frage, wovon die bäuerlichen Familien leben sollen, während der Markt sich „erholt“.

Ungleiche Machtverhältnisse auf dem Markt: arme Bäuerinnen, profitierende Röster

Während die Bäuerinnen in der Krise stecken, ist der Kaffeemarkt für die transnationalen Kaffeekonzerne eine Goldgrube. Aber noch schlimmer: Nicht nur, dass die Produktionsländer ohnehin keinen gerechten Gewinnanteil erhalten, ihr gemeinsamer Anteil am Marktwert hat sich sogar immer weiter verringert.

Abb. 8: Vergleich nominaler Kaffeepreise 1984-2001 (in US-Cents/lb)



*ICO-Misch-Index für Nominalpreise. Grüne Bohnen = Kaffeebohnen, die international gehandelt und zu löslichem Kaffee oder Röstkaffee verarbeitet werden.

Quelle: ICO. Löslicher Kaffee ist nicht unmittelbar mit Röstkaffee vergleichbar: Aus einem Pfund löslichem Kaffee können mehr Tassen Kaffee gewonnen werden als aus einem Pfund Röstkaffee.

- Vor zehn Jahren erzielten die Produktionsländer 10 Mrd. US\$⁴² auf einem Kaffeemarkt im Wert von etwa 30 Mrd. US\$. Ein Jahrzehnt später hat sich der Markt verdoppelt, aber jetzt erzielen sie nur noch knapp 6 Mrd. US\$ an Exporterlösen. Damit sank ihr Anteil von über 30 % auf weniger als 10 %.
- Heute erhalten Kaffeebäuerinnen vom Preis einer Tasse Kaffee in einem Café maximal ein Prozent und von der Packung Kaffee im Supermarkt oder im Lebensmittelgeschäft etwa 6 %.

Ein Blick auf Abbildung 8 verdeutlicht, wie preislich unbedeutend die grüne Kaffeebohne selbst für das ganze Verkaufsgeschäft an die Endverbraucher geworden ist. 1984 lagen in den USA die Kosten für die grünen Kaffeebohnen noch bei 64 % des Kaffee-Einzelhandelspreises. Im Jahr 2001 lag dieser Anteil nur noch bei 18 %⁴³. In einigen Ländern mögen die Verbraucherinnen preiswerter einkaufen können als in anderen, aber der Anteil des Rohkaffeepreises am endgültigen Verbraucherpreis ist ohne Ausnahme gesunken.

Die Machtverhältnisse in der globalen Liefer- und Handelskette des Kaffees befinden sich in einem gewaltigen Ungleichgewicht. Die Bäuerinnen haben mit einer ganzen Serie von Hindernissen zu kämpfen, angefangen mit dem sehr niedrigen internationalen Kaffeepreis. Aber einige von ihnen beklagten sich in Interviews mit Oxfam auch darüber, dass sie die Preisangebote der mobilen Zwischenhändler akzeptieren müssten und dass sie, wenn überhaupt, nur sehr geringe Verhandlungsmacht hätten. Wenn Bäuerinnen ihren Kaffee verarbeiten (Schale und Fruchtfleisch der Kaffeekirsche entfernen), können sie die Qualität oder „Güteklasse“ ihrer Bohnen demonstrieren und so einen besseren Preis aushandeln. Verkaufen sie ihren Kaffee aber als Kirschen, so können sie für die bislang noch unbekannte Qualität keinen Aufschlag durchsetzen.

In Peru werden Bäuerinnen selbst beim Verkauf von halbverarbeitetem ‚Pergamentkaffee‘ (bereits getrocknete Bohnen) gelegentlich übervorteilt: „Wir sehen, dass der Kaffee trocken ist, aber der Händler sagt: ‚Gib uns einen Preisnachlass...‘. Ich weiß nicht, welche Güteklasse der Kaffee hat, aber ich glaube, sie nutzen uns aus, weil sie wissen, dass wir an sie verkaufen müssen“, sagt Carmela Rodriguez aus Sauce, Peru.⁴⁴

Kooperativen bieten Bäuerinnen oftmals eine Alternative zu den harten Bedingungen der Händler. Bäuerinnen berichteten, dass sie ihren hochwertigeren Kaffee an die Kooperativen verkauften, von denen sie einen höheren Preis erhalten, dass die Händler als Aufkäufer der niedrigeren Kaffeequalitäten für sie aber trotzdem nützlich seien.

Wenn auch die Händler zusätzliche Gewinne aus den Bauern herauspressen, werden die eigentlichen Gewinne auf dem Kaffeemarkt, nach dem Export, von den Rösterkonzernen eingestrichen. In krassem Gegensatz zu den aktuellen Verlusten, oder im besten Falle minimalen Gewinnen, der Bäuerinnen und Exporteure in Entwicklungsländern stehen die außerordentlichen Profite der Röstkonzerne in den USA und Europa.

Oxfam hat in Uganda zahlreiche Akteure des Kaffeesektors interviewt, um die Wertsteigerung der Kaffeebohne auf ihrem Weg vom Kaffeestrauch bis hin zur Kaffeedose im Supermarktregal zu verfolgen. Es stellte sich heraus, dass die ugandischen Bäuerinnen nur 2,5 % des Ladenverkaufspreises in UK erhielten. Bezogen auf die Ladenverkaufspreise in Deutschland⁴⁵ und den USA wären es 4,4 % bzw. 4,5 %. (vgl. folgenden Abschnitt „*Wer kassiert all den Profit?*“). Über die Untersuchung in Uganda hinaus, beauftragte Oxfam einen Gutachter, eine modellhafte Wertschöpfungskette aufzustellen. Mit ihrer Hilfe konnten die jeweiligen durchschnittlichen Anteile der Bäuerinnen in den verschiedenen Produktionsländern am Endverbraucherpreis abgeschätzt werden. Auch hier zeigte sich, dass die Produzentinnen von billigstem Kaffee, die ihre Kaffeekirschen nicht weiterverarbeiten, nur 6,5 % des Endverbraucherpreises erhielten. Diese Wertschöpfungskette verwendet, sofern vorhanden, amtliche Preisdaten, die entsprechend der unterschiedlichen Marktanteile gewichtet wurden.⁴⁶ Die Werte sind möglicherweise noch zu hoch angesetzt, da die offiziellen Preisangaben eher über dem liegen, was die Produzentinnen tatsächlich erhalten.

Wer kassiert all den Profit? Der Wertschöpfungskette auf der Spur...

„Im Sheraton Hotel in Kampala zahlst Du 60 US-Cents für eine Tasse Kaffee. In Europa möglicherweise doppelt so viel. Wir verstehen nicht, was passiert. Die Bauern und Bäuerinnen verstehen es nicht. Wie können sie für ein Kilogramm Kiboko [lokal angebauter, unverarbeiteter Kaffee] 8 US-Cents bekommen, und dann sehen, dass ein Löffel voll für 60 US-Cents verkauft wird? Betrügen die Kaffeeröster? Machen sie übermenschliche Gewinne? Nur wenn wir einen besseren Preis für unsere Ernte erhalten, können wir Ugander in Uganda bleiben, anstatt in europäischen Ländern Unruhe zu verbreiten.“^a

Dies sind die Worte eines Kaffeehändlers, der in Uganda für Volcafe einkauft. Er mag zwar bei einem riesigen, transnationalen Handelskonzern angestellt sein, doch spricht er hier aus der Sicht eines Einheimischen, der sich die grundlegende Frage stellt: Wer kassiert all den Profit? Durch zahlreiche Interviews mit Menschen, die Teil der Wertschöpfungskette in Uganda sind, verfolgte Oxfam die Kosten des Kaffeepreises, um zu zeigen, wie der Wert des Kaffees auf dem Weg von den Bäuerinnen über die verschiedenen Stufen von Verarbeitung und Vertrieb bis hin zum Supermarktregal immer mehr zunimmt. Es zeigt sich, dass die anfänglich minimalen Gewinnspannen in dieser Wertschöpfungskette sich plötzlich enorm vergrößern, sobald der Kaffee in die Hände der Röster und Einzelhändler gelangt.

Die Kaffeebäuerinnen erhalten für ihre unverarbeiteten grünen Bohnen 14 US-Cents pro Kilo. Diese Bohnen gehen durch die Hände verschiedener Zwischenhändler, bevor sie dann schließlich zu einem Preis von 1,64 US\$ pro Kilo in der Rösterei ankommen. Würden diese Bohnen als löslicher Kaffee in einem Supermarktregal in UK landen, läge der durchschnittliche Kilo-Preis dort bei 26,40 US\$. Damit hätte sich der Preis unter Berücksichtigung von Gewichtsverlusten auf dem Weg vom bäuerlichen Betrieb bis zum Einkaufswagen im Supermarkt um mehr als 7.000 % erhöht. Bei einer Reise derselben Bohnen in die USA oder nach Deutschland in eine Packung Röstkaffee betrüge die Preissteigerung ca. 4.000 %.^b

Die Region Kituntu, in der Oxfam diese Erhebungen durchführte, liegt in der Provinz Mpigi in Uganda, etwa 100 km süd-westlich von Kampala und nur einige Meilen südlich des Äquators, auf einer Höhe von 1.200 Metern. Die Gegend ist typisch für die Kaffee-Region nördlich und westlich des Victoriasees. Hier wird der größte Teil von Ugandas Robusta-Kaffee angebaut.



Die Bauernfamilie: noch nicht einmal Deckung der Kosten

Peter und Salome Kafuluzi leben zusammen mit dreizehn Kindern und Enkeln auf ihrer Farm in Kituntu. Seit 1945 bauen sie dort Kaffee an. Bei seinem letzten Kaffee-Verkauf erzielte Peter den niedrigsten Preis, den er je erlebt hat: Für ein Kilo Kiboko (sonnengetrocknete Kaffeeekirschen) bekam er nur 6-7 US-Cents. *„Ich kann mich noch erinnern, wie wir Kiboko für 69 US-Cents pro Kilo verkauft haben. Wir hatten gut zu essen und schliefen ohne Sorgen. Wir konnten für unsere Familien aufkommen. Ich bräuchte einen Preis von mindestens 34 US-Cents pro Kilo. Selbst bei 29 US-Cents können wir das Land nicht mehr bewirtschaften.“*

Salome sagt: *„Wir sind ruiniert. Es fehlt uns an allem. Wir können noch nicht einmal die allerwichtigsten Dinge kaufen. Wir essen weder Fleisch, Fisch noch Reis, nur Süß-Kartoffeln, Bohnen und Matoke,... Wir können die Kinder nicht zur Schule schicken.“*

Der Kiboko muss zunächst geschält werden, um die grünen Bohnen zu erhalten, die auf dem Weltmarkt gehandelt werden. Es ist finanziell sinnvoller, die Kaffee-Kirschen geschält zu verkaufen. Auch Peter verkaufte einen Teil seines Kaffees bei der Schälanlage und bekam so einen besseren Preis. Nicht alle haben jedoch soviel Kaffee, dass sich die Kosten für einen Kleinlaster lohnen würden. Wenn sie dann auch noch zu weit von einer Schälanlage entfernt leben, um den Kaffee mit dem Fahrrad dorthin zu bringen, sind sie gezwungen, den geringeren Preis der lokalen Zwischenhändler für ungeschälte Kaffeeekirschen zu akzeptieren.



Die Kaffee-Schälerin: kämpft, um zu überleben

Mary Goret betreibt seit zehn Jahren die Jalamba Kaffee-Schälanlage in der Nähe von Kituntu. Sie beschäftigt zehn Arbeiterinnen, aber der Verfall des Kaffeepreises fordert auch hier seinen Tribut. „Die Gewinnspannen sind momentan so gering und die Kosten für den Strom, den wir nutzen, sind so hoch, dass wir es schwer haben, zu bestehen. Es gibt so wenig Leute, die ihren Kiboko zu uns bringen. Einige der Bäuerinnen behalten ihn einfach zu Hause, weil die Preise so niedrig sind. Wenn der Kaffeepreis so niedrig bleibt, wird die Schälanlage schließen müssen. Man kann keinen Betrieb aufmachen, um zehn Sack Kaffee zu verarbeiten“, sagt sie.

Der Exportunternehmer: kann kaum die Kosten decken

Von Jambala wird der Kaffee per Lkw 100 km weiter nach Kampala transportiert und an ein Exportunternehmen verkauft. Einer dieser Exporteure ist Hannington Karuhanga, Geschäftsführer von Ugacof. Durch die großen Fenster seines Büros blickt man auf die Fabrik und auf lange Reihen gestapelter Schiffscontainer. Per Mausclick jagt Hannington Prozentsätze und Preise über seinen flimmernden Computerbildschirm. Aber auch für ihn geht die Rechnung nicht auf. Er sagt, dass die Exporteure *„heute sehr glücklich sind, wenn sie eine Gewinnspanne von 10 US\$ pro Nettotonne erzielen (1 US-Cent pro Kilo)“*. Hannington sortiert, klassifiziert nach Güteklassen und reinigt den Kaffee, füllt ihn in Säcke und transportiert ihn per Lkw nach Mombasa oder Daressalam. Der Preis, den er für seinen Kaffee erhält, ist im wesentlichen der Exportpreis (Free on Board oder FOB Preis). Er fügt hinzu, dass dieser Preis kaum seine Kosten deckt. Die Preise seien so stark gefallen. *„Einige der Güteklassen [verschiedene Kaffeequalitäten], die wir haben, sind nicht einmal den Transport wert. Es wäre billiger, sie zu vernichten.“*

Einzelhändler: astronomische Preise

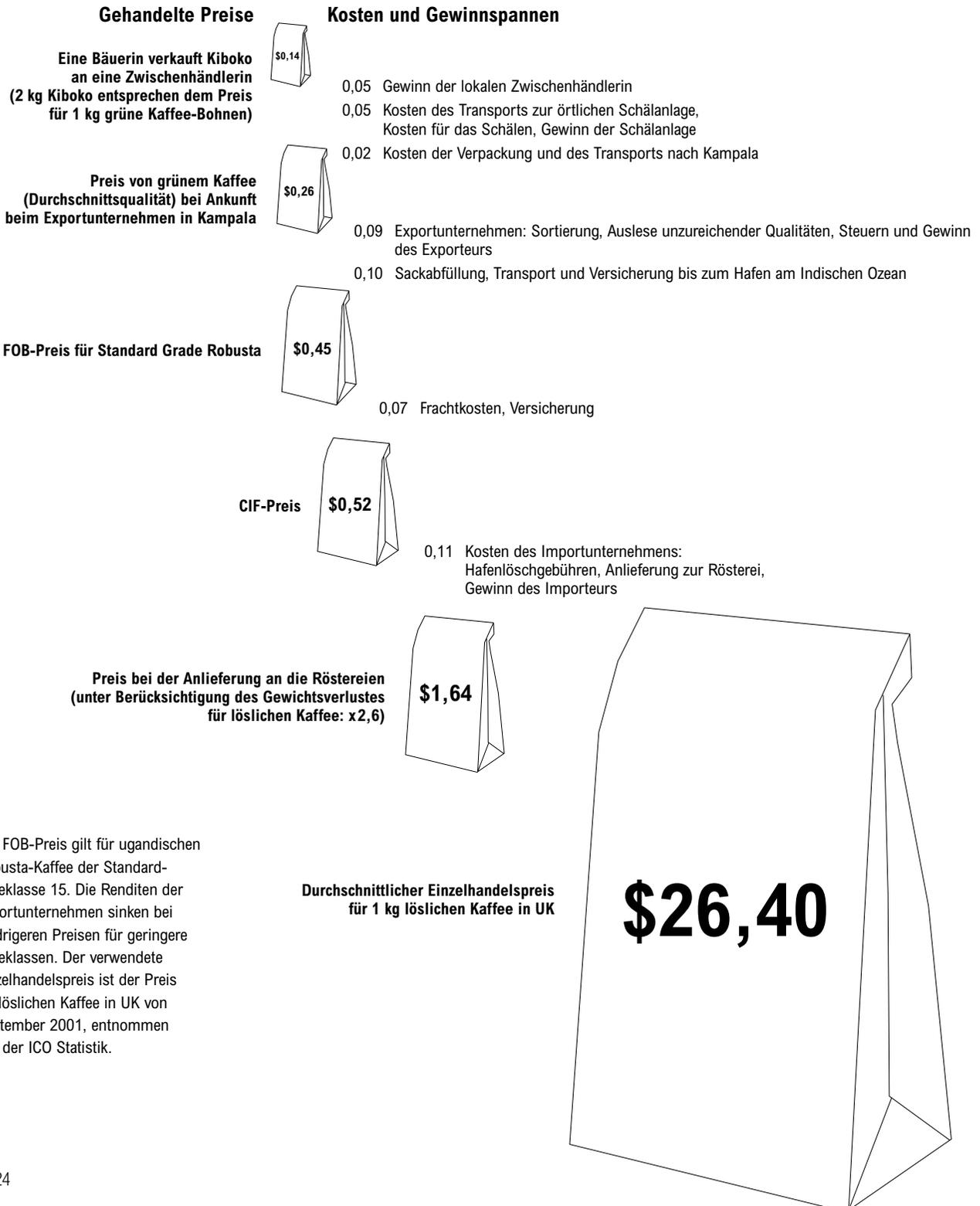
Springen wir ans andere Ende der Versorgungskette. Hier verkaufen Einzelhändler, zum Beispiel in UK, löslichen Kaffee im Durchschnitt für 26,40 US\$ pro kg – ein enormer Preissprung. Natürlich enthält dieser Preis die verschiedenen Kosten der Verarbeitung, der Verpackung, des Vertriebs und Marketing und natürlich auch die Gewinne der Röster und Einzelhändler. Früher wurde Kaffee aus Uganda häufig in UK-Kaffeesorten verwendet. Dies ist heute aber weniger der Fall, so dass wir nicht sicher sein können, ob der endgültige Einzelhandelspreis sich auf Kaffee ugandischer Herkunft bezieht. Trotzdem ist die in Uganda nachgezeichnete Wertschöpfungskette ein guter Indikator für den umkämpften und ziemlich effizienten Markt für diese Art von Kaffee. Der beste Preis, den Peter und Salome Kafuluzi für ihren Kaffee nach der Verarbeitung in der Schälanlage hätten bekommen können, entspricht – unter Berücksichtigung der Gewichtsverluste bei der Verarbeitung – etwa 2,5 % des UK-Einzelhandelspreises im Jahr 2001.

^a Oxfam-Hintergrunduntersuchung in Uganda, Februar 2002

^b Der Faktor zum Ausgleich des Gewichtsverlustes ist 2,6 für löslichen und 1,19 für Röstkaffee. Bei beiden Berechnungen (für löslichen Kaffee bzw. Röstkaffee) wird der niedrigste Erzeugerpreis als Basis verwendet.

Wer macht Gewinne in der Kaffee-Wertschöpfungskette?

Alle Preise in US\$/kg November 2001 – Februar 2002

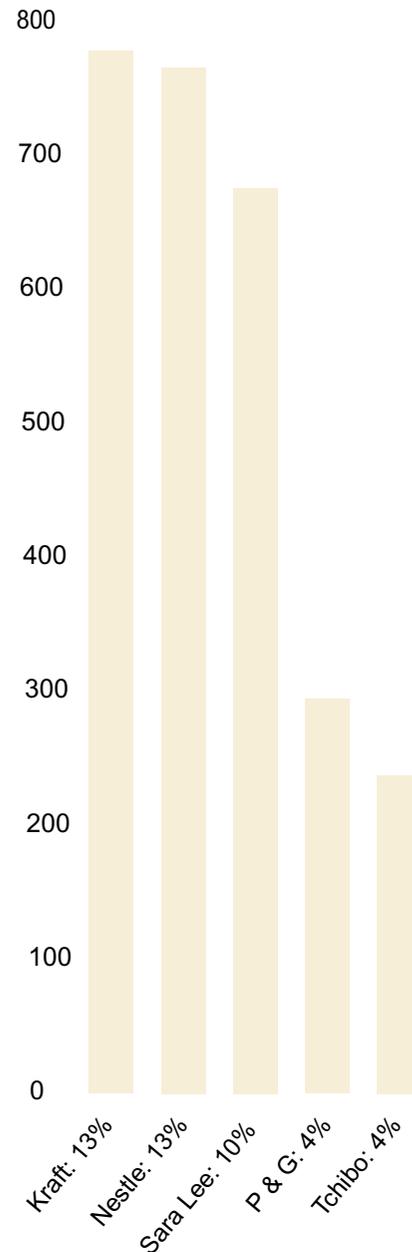


Die Macht der Röster: himmlische Profite inmitten der Krise

Es gibt auf der Welt jede Menge Röster, die Rohkaffee kaufen und daraus Röstkaffee bzw. löslichen Kaffee herstellen. Die fünf größten Röster jedoch, Kraft, Nestlé, Procter & Gamble, Sara Lee und Tchibo, sind wahre Giganten in der Kaffeewelt und prägen den Kaffee-Einzelhandel. Zu ihren weltbekannten Marken gehören unter anderem: Maxwell House, Jacobs (beide Kraft), Nescafé (Nestlé), Folgers (Procter & Gamble), Douwe Egberts (Sara Lee), Tchibo und Eduscho (beide Tchibo). Procter & Gamble verkauft seinen Kaffee hauptsächlich in Nordamerika, während Tchibo hauptsächlich in Deutschland und Osteuropa tätig ist.

In den vergangenen Jahren hat das Kaffeetrinken in den reichen Ländern neue Formen angenommen. Schicke Kaffee-Bars, die Verbraucherinnen neue, exotische Arten des Kaffeegenusses anbieten, schossen wie Pilze aus dem Boden und verführen mit immer exotischeren Geschmacksrichtungen (vielleicht ein ‚Weiße-Schokolade-Mokka‘ gefällig?). Der Kaffeespezialitäten-Sektor ist enorm gewachsen und macht Schätzungen zufolge in den USA mittlerweile etwa 40 % des Kaffeemarktes aus.⁴⁷ Den größten Einfluss auf die Entwicklungsländer, was die Mengen anbelangt, haben jedoch die großen Röster, die viele Millionen Sack Kaffee auf dem Markt bewegen. Die fünf oben genannten Unternehmen kaufen insgesamt fast die Hälfte der Weltproduktion an grünen Kaffeebohnen auf (vgl. Abb. 9).

Abb. 9: Die Top-Röster und ihr Rohkaffee-Einkauf 2000 (in Tsd. Tonnen)



Quelle: Volcafe

Genau Zahlen über die Gewinne dieser Unternehmen aus ihrem Kaffeegeschäft sind schwer zu ermitteln, da der Kaffeebereich oft nur einen Teil der größeren Getränke- und Lebensmittelsparten der Konzerne darstellt und Zahlen nicht veröffentlicht werden. Warum diese Konzerne dennoch so sehr an ihren Spitzenumsätzen im Kaffeegeschäft hängen, wird durch die Einschätzungen von Marktanalytikern deutlich.

Eine vor zwei Jahren erstellte Marktanalyse über Nestlé's Geschäft mit löslichem Kaffee konstatierte: „*Martin Luther hat sich immer gefragt, was Leute im Himmel eigentlich tun. Für die Meisten in der hart umkämpften Nahrungsmittelindustrie dürfte das Nachsinnen über Nestlé's Geschäft mit löslichem Kaffee das kommerzielle Äquivalent zu Luthers geistlicher Meditation sein.*“⁴⁸ Und bezogen auf den Marktanteil, die Umsätze und die Umsatzrenditen von Nestlé: „*Nichts im Getränke- und Nahrungsmittelgeschäft ist auch nur annähernd so gut.*“ In dem Bericht wird geschätzt, dass Nestlé eine Umsatzrendite von durchschnittlich 26 % erzielt (26 Cent Gewinn von jedem Euro Verkaufserlös für löslichen Kaffee).⁴⁹ Ein anderer Analytiker schätzt diese Gewinnspanne noch höher ein – auf annähernd 30 %.⁵⁰ Besonders ertragreich sind für Nestlé die reichen Märkte in Japan und UK.

Röstkaffee ist weniger gewinnbringend als löslicher Kaffee, aber die Gewinne sind trotzdem enorm. Sara Lee verzeichnete dieses Jahr (2002) im Getränkebereich, der hauptsächlich aus Kaffee besteht, trotz harter Konkurrenz auf dem US-Markt immer noch eine Umsatzrendite von fast 17 %.⁵¹

Ein kurzer Blick auf die Zahlen in den anderen Getränke- und Nahrungsmittelbereichen zeigt deutlich, wie lukrativ die Gewinne in der Kaffeindustrie sind. So erzielte beispielsweise die Heineken-Brauereigruppe in 2001 eine Umsatzrendite von etwa 12 %. Die Rendite von Sara Lee für 2002 im Bereich Fleisch- und Wurstdelikatessen lag unter 10 %⁵², für Brot und Backwaren sogar bei nur 5,5 %. Danone erzielte 2001 mit seinem Molkerei- und Joghurtgeschäft eine Umsatzrendite von 11 %. Ganz klar ist Kaffee, insbesondere löslicher Kaffee, der Goldesel in dieser Branche.

Wie kann es sein, dass diese Rösterkonzerne derartige Gewinne einfahren, während die Kaffeebäuerinnen in einer tiefen Krise stecken? Die Konzerne profitieren gleich mehrfach: vom großen Volumen ihrer Rohkaffee-Einkäufe; von der Stärke ihrer Marken und Produkte; von ihrer Kostenkontrolle; von ihrer Fähigkeit, Röstungen aus verschiedenen Sorten zu mischen und zusammenzustellen; und von der Verwendung von Finanzierungsmethoden, die ihnen erhöhte Einkaufsflexibilität verschaffen.

• Die Macht der Marken

Die berühmten Namen der führenden Marken erlauben es, Preise zu verlangen, die weit über den Herstellungskosten liegen. Die Unternehmen geben jedes Jahr viele Millionen aus, um das Image ihrer Marken zu pflegen und deren Bekanntheitsgrad zu steigern. Im Jahr 1999 flossen beispielsweise in UK 65 Mio. US\$ allein in die Werbung für löslichen Kaffee, hauptsächlich für die Marken Nescafé, Kenco und Douwe Egberts.⁵³ Mit klar unterscheidbaren Marken können die großen Röster ihre Produkte durch Erscheinungsbild und Geschmack gegeneinander abgrenzen und vermeiden es dadurch, ausschließlich über den Preis miteinander zu konkurrieren.

Die Stärke einer Marke verschafft den Rösterkonzernen zudem eine gute Verhandlungsposition gegenüber ihren Einzelhandelskunden. Wie durchsetzungsfähig sie wirklich sind, stellt sich jedoch erst in den langen, harten und geheimen Verhandlungen zwischen Rösterkonzernen und Einzelhändlern heraus. Denn die führenden Einzelhändler – die großen Supermärkte – sind ebenfalls sehr mächtig; sie sind mittlerweile auf den profitablen Zug aufgesprungen und haben eigene Kaffeemarken aufgebaut.

In manchen Märkten, wie in Frankreich und Deutschland, übt der Einzelhandel angeblich großen Druck auf die Röster aus, damit die Preise niedrig gehalten werden. Aber diesem Druck des Einzelhandels auf die fünf großen Röster sind Grenzen gesetzt. Der Einzelhandel weiß, dass die Verbraucherinnen erwarten, die klassischen Markenprodukte im Regal vorzufinden.

• **Kostenkontrolle**

Kostenmanagement bestimmt ebenfalls die Rentabilität der Rösterunternehmen. Einiges davon hat mit Technologie zu tun. Wenn Röster beispielsweise durch ein neues Verfahren mehr löslichen Kaffee aus der Kaffeebohne gewinnen, trägt dies zum Gewinn bei.

Ein weiterer Kostenfaktor für die Röster ist natürlich der Rohstoffpreis: der Preis der grünen Kaffeebohne. Die Bedeutung dieses Kostenpunktes ist bei den jeweiligen Unternehmen jedoch sehr unterschiedlich. Für Nestlé zum Beispiel, die vornehmlich löslichen Kaffee herstellen und verkaufen, ist der Rohkaffeepreis nicht so ausschlaggebend wie für die Röstkaffee-Hersteller. Zur Herstellung seiner Produkte muss der Nestlé-Konzern massiv in teure Verarbeitungstechnologie und -anlagen investieren.

Darum hat Nestlé überraschenderweise angeführt, dass niedrige Rohkaffeepreise eigentlich nicht im Geschäftsinteresse des Unternehmens seien. Niedrige Rohkaffeepreise reduzieren nur einen Teil der Kosten, und wie Analytiker von Morgan Stanley schätzen, „...müssen die aus den niedrigen Kaffeepreisen resultierenden Kostenvorteile im Jahr 2001 erheblich gewesen sein“.⁵⁴ Dennoch behauptet Nestlé, dass die Gesamtwirkung negativ sein könnte. Das liege daran, dass die Konkurrenz, nämlich die Röstkaffee-Hersteller, bei Absinken des Rohkaffeepreises ihre Einzelhandelspreise brutal herabsetzen können. Nestlé dagegen muss seine hohen Fixkosten, zum Beispiel für Verarbeitungsanlagen für löslichen Kaffee, weiterhin decken. „Die Wettbewerbsposition von löslichem Kaffee wie Nescafé gegenüber Röstkaffee ist auf einem Niedrigpreis-Markt weniger vorteilhaft“⁵⁵, erklärt der Nestlé-Konzern. Dies ist der Hauptgrund für die von Nestlé kürzlich abgegebene Erklärung, dass höhere und stabilere Rohkaffeepreise wünschenswert wären (vgl. Kapitel 3).

Es mag zwar sein, dass Röstkaffee-Hersteller von sinkenden Rohkaffeepreisen eher profitieren, doch kann ein Teil dieser Erträge im harten Wettbewerb um Marktanteile auch wieder verloren gehen. So könnten sie gezwungen sein, die Kosteneinsparungen in Form von Preissenkungen an die Konsumentinnen weiterzugeben. In seinem Geschäftsbericht für die ersten neun Monate des Jahres 2002 stellt Sara Lee zum Beispiel

fest, dass die gesunkenen Preise für Rohkaffee zu niedrigeren Einzelhandelspreisen geführt hätten. Zusammen mit anderen Faktoren, wie zum Beispiel höheren Marketing-Ausgaben, bedeutete dies „einen Ertragsrückgang“. Wenn diese „schwierigen Zeiten“ für Sara Lees Getränkebereich immer noch Umsatzrenditen von knapp 17 % ermöglichen, dann stelle man sich nur vor, wie es wohl in guten Zeiten aussehen mag.

• **Variable Kaffeemischungen**

Heutzutage brauchen Röster keine größeren Lagerbestände an Kaffee mehr anzulegen, da durch ihre Verträge mit internationalen Händlern jederzeit relativ kurzfristig große Mengen verschiedener Kaffeearten garantiert werden. Dies erlaubt es den Röstern, ihre Kaffeemischungen zunehmend flexibel zusammenzustellen und anzupassen. Weil die Röster immer mehr darauf abzielen, ihre standardisierten Mischungen mit der kostengünstigsten Kombination an Kaffeearten herzustellen, steigt der Druck auf die Produktionsländer noch weiter. In seiner Studie über die Kaffeemärkte Ostafrikas schreibt Stefano Ponte: „Der Robusta-Kaffee aus Uganda wird durch die neuen Strategien der großen Röster zunehmend gefährdet.... Generell, so die Aussagen der internationalen Händler, haben die Röster in ihren Mischungsverfahren an Flexibilität gewonnen und scheinen immer weniger auf bestimmte Herkunftsgebiete festgelegt.“⁵⁶

• **Terminmärkte: flexible Finanzierungsformen**

Die Kaffeeröster verfügen über hoch entwickelte Strategien zur Steuerung und Minimierung ihrer Risiken beim Rohkaffee-Einkauf. Statt den aktuellen Marktpreis zu bezahlen, arbeiten sie mit den Händlern Verträge aus, mit denen sie das Risiko zukünftiger Preisschwankungen streuen und mit Deckungsgeschäften absichern. Mit Hilfe komplexer mathematischer Modelle können sie einfach per Computer-Mausklick Verträge auf dem Terminmarkt abschließen und heute Preise für den Rohkaffee vereinbaren, der erst sechs bis achtzehn Monate später tatsächlich gekauft wird. Mit derartigen Finanzierungsmethoden können die Röster ihre Beschaffungsstrategien optimieren – ein krasser Gegensatz zu den extrem beschränkten Marktoptionen, die den Produzentinnen zur Verfügung stehen.

Neue Verarbeitungstechniken und Anbaumethoden: sinkende Qualität

Neue Verarbeitungstechniken und Anbaumethoden haben besorgniserregende Auswirkungen auf die Kaffeequalität und die Umweltbedingungen beim Kaffeeanbau. Die Qualität ging gleich doppelt zurück – erst durch die Umstellung von Arabica auf den geringwertigen Robusta und dann durch Qualitätsverluste bei den Robusta-Sorten selbst.

Diese Trends sind schlecht für die Produzentinnen, die Kaffeetrinkerinnen und die ökologische Nachhaltigkeit der Kaffeeproduktion. Aber auch für die Röster sind sie schlecht, insbesondere im Hinblick auf ihre langfristige Versorgung mit hochwertigem Rohkaffee. Das Problem haben sie selber erkannt. „Für unsere Millstone-Produkte [Qualitätsmarke von Procter & Gamble] benötigen wir hochwertige Kaffeebohnen. Deshalb machen wir uns um den Erhalt der verschiedenen Qualitätsniveaus Sorgen“, gaben Procter & Gamble zu.⁵⁷ Und auch Nestlé stimmt dem zu: „Die aktuelle Niedrigpreissituation hat außerordentlich negative Auswirkungen auf die Qualität des produzierten Kaffees, wodurch es für Nestlé zunehmend schwierig wird, die für unser Produkt benötigte Qualität zu finden.“⁵⁸

Neue Technologien der Röster: Die Kaffeebohnen bis auf den letzten Tropfen ausquetschen

Jetzt fangen die Rösterkonzerne an, sich Sorgen über die sinkende Qualität des Rohkaffees zu machen. Aber sie haben Technologien entwickelt, mit denen der bittere Geschmack der billigen Kaffeessorten niedrigerer Qualität überdeckt wird. Dadurch können sie größere Mengen dieser minderwertigen Sorten für ihre Mischungen verwenden als bisher, ohne dass es auffällt. Durch das Preishoch für Arabica im Jahr 1997 wurde die Entwicklung dieser Technologien vorangetrieben, weil ein Weg gesucht wurde, um mehr aus der Robusta-Bohne herauszuholen.

„Röster wissen, wie der Einsatz von Natur-⁵⁹ und Robusta-Kaffee erhöht werden kann. Um deren herben Geschmack zu entfernen, behandeln sie den Kaffee beispielsweise mit Dampf“, steht in einem Bericht von USAID, Weltbank und der Inter-Amerikanischen Entwicklungsbank (IADB).⁶⁰

Von der Kaffeeindustrie wird die Bedeutung dieser Veränderungen anerkannt: „Der einzige offensichtliche Fehler, den man den Konsumländern vorwerfen kann, ist, dass sie zunehmend billigen Kaffee geringer Qualität (z. B. aus Vietnam) verwenden, hauptsächlich aufgrund des starken Wettbewerbsdrucks auf dem europäischen Kontinent und in Nordamerika“, erklärt Paul Moeller vom Handelsunternehmen Volcafe in seiner Analyse der Kaffeekrise. Nach den Schätzungen eines Analytikers der Kaffeeindustrie ist in den letzten fünf Jahren der durchschnittliche Anteil von Robusta in Kaffeemischungen von 35 % auf 40 % gestiegen (obwohl anzumerken ist, dass Sara Lee dem widerspricht).

In einigen Fällen hat sich das Geschmacksprofil ganzer Länder verändert. Während Deutschland früher hauptsächlich gewaschene Arabica-Sorten importierte, gab es in den letzten zehn Jahren einen sprunghaften Anstieg der Einfuhr von Robusta und Natur-Arabica.⁶¹ Diesen Anstieg der Robusta-Importe erklärt der Importeur Bernhard Benecke folgendermaßen: „Es war einfach zu verführerisch, einige Prozent mehr Robusta in der Mischung zu verwenden.“⁶²

Aber es ist nicht nur der Umstieg auf Robusta, auch die Qualität von Robusta hat merklich abgenommen. Die Käufer von Rohkaffee fragen immer mehr Kaffee geringerer Qualität nach. So erklärt in Uganda der Vorstandssekretär der Uganda Coffee Development Authority, William Naggaga: „Nehmen wir die schwarzen Kaffeebohnen [das Ergebnis unreif gepflückter Kaffeekirschen]. Vor der Liberalisierung haben wir solche nie exportiert. In der Vergangenheit wurden sie einfach weggeworfen. Aber dann sagten dieselben Einkäufer in Europa plötzlich: ‚Nunja, wir können schwarze Kaffeebohnen gebrauchen.‘ Wir mussten zum Minister gehen, damit er uns erlaubte, sie zu exportieren, weil sie in Uganda nicht der Exportqualität entsprachen. Wir mussten die Erlaubnis einholen und die Vorschriften ändern, damit wir schwarze Bohnen exportieren konnten.“⁶³

Nach Schätzungen eines Kaffeeimporteurs aus den USA war Taloca, der Handelsbetrieb von Kraft, im Jahr 2001 der größte Aufkäufer von vietnamesischem Kaffee. Taloca kaufte dort fast 1,2 Mio. Sack, dicht gefolgt von dem deutschen Händler Neumann, einem der größten Kaffeeimporteure der Welt.

Kraft kennt die Bedeutung von Qualität: „In der aktuellen Situation hoher Kaffeeproduktion und stagnierenden Konsums weltweit wird Qualität auf einem vom Handel gesteuerten Markt eine immer wichtigere Rolle spielen.“⁶⁴ Bemerkenswert offen ist das Unternehmen auch in Bezug auf die Qualitätsprobleme, mit denen es in Vietnam konfrontiert ist. Besondere Besorgnis äußert der Konzern hinsichtlich „...der festzustellenden gravierenden Qualitäts- und Umweltprobleme auf allen Stufen des Kaffeeproduktionsprozesses [in Vietnam]...“.

Eines dieser Probleme entsteht durch die Mechanisierung der Ernte. „Bei ‚strip-picking‘, der üblichen Erntepaxis bei Robusta-Kaffee, ist der Anteil unreifer Kaffeekirschen hoch, und sachgerechtes Trocknen wird schwieriger und zeitaufwendiger“, stellt Kraft fest. Das Problem wird durch das feucht-warme Klima in Vietnam noch verschärft. Diese Umstände führen laut Kraft zur Verschlechterung der ‚Tassenqualität‘. Ein weiteres Problem der vergangenen Jahre war die ‚Gelb-Blatt-Krankheit‘ (yellow-leaf disease), von der in einigen Landesteilen berichtet wurde und die zum Teil durch Überdüngung entsteht. Wegen unzureichenden Trockentechniken auf den Höfen muss der Kaffee, so Kraft, vor dem Export nochmals getrocknet werden. „[Das Nachtrocknen] wird mit Hilfe von Holz, Kohle oder manchmal sogar mit Gummireifen gemacht, was möglicherweise Auswirkungen auf den Kaffee hat, da er teilweise den unangenehmen Geruch des Gummis aufnimmt.“

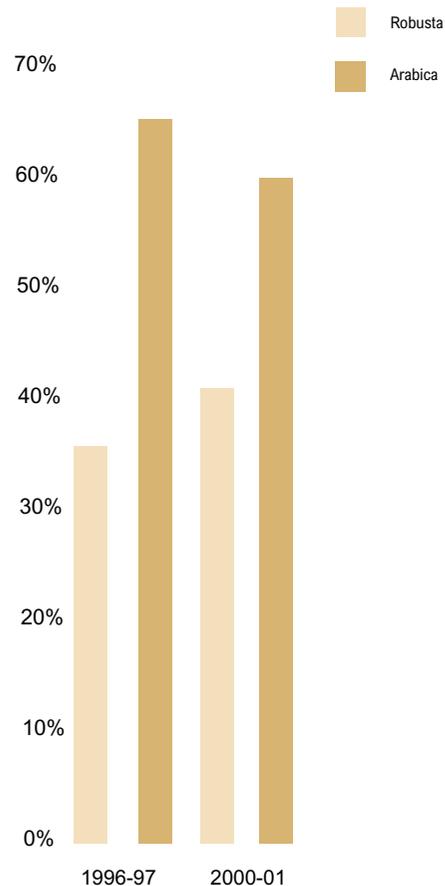
Kraft hat in Vietnam zwar ein Qualitätsverbesserungsvorhaben entwickelt, allerdings nicht für die Robusta-Anbauregionen (z.B. Dak Lak), weil dies „aufgrund der großen Ausdehnung der Anbauggebiete, des Problemumfangs sowie der bereits aufgebauten Infrastruktur einen riesigen Finanzaufwand bei sehr geringen Erfolgsaussichten bedeuten würde.“ Stattdessen konzentrieren sich Kraft und seine Partner auf die Verbesserung von Arabica.⁶⁵

Zu viel Robusta, zu wenig Arabica

Vietnams Einstieg in die Erste Liga der Kaffeeproduzenten hat mit Sicherheit dazu beigetragen, dass sich die Weltkaffeeproduktion in Richtung Robusta-Kaffee verschoben hat, denn diese Sorte wird dort überwiegend angebaut. Aber Vietnam ist nicht allein. Brasilien, immer noch hauptsächlich ein Arabica-Land, hat seine Robusta-Produktion über die letzten zehn Jahre auf 11 Mio. Sack mehr als verdoppelt.⁶⁶

Das Paradoxe ist, dass einerseits der Kaffeemarkt mit Robusta überschwemmt ist, während andererseits das Angebot hochwertigeren Arabica-Kaffees knapp wird. Auf dem konventionellen Kaffeemarkt treibt zuviel billiger Kaffee die Preise in den Keller, und auf dem Spezialitäten-Markt fehlt der Qualitätskaffee. Wie Abbildung 10 zeigt, ist der Anteil von Arabica-Kaffee an der Gesamtproduktion sogar zurückgegangen.⁶⁷

Abb. 10: Robusta steigt, Arabica sinkt
Anteile an der Weltproduktion, in %



Quelle: ICO/ACPC

Diese Zunahme in der intensiven Robusta-Produktion traf arme Kleinbäuerinnen am härtesten. Es gibt verschiedene Robusta-Arten (ein vietnamesischer Robusta ist z.B. anders als ein indischer), was aber weder von Konsumentinnen noch von den großen Kaffee-Einkäufern preislich gewürdigt wird. Bei Arabica ist das anders: Viele Konsumentinnen sind bereit, für einen reinen Arabica-Kaffee aus Äthiopien, Kolumbien oder Costa Rica einen höheren Preis zu bezahlen.

Folglich konkurrieren Robusta-Produzentinnen immer stärker über den Preis. So zum Beispiel in Afrika südlich der Sahara, wo die Produktivität im Vergleich zu Vietnam oder Brasilien niedrig ist, und Bäuerinnen nicht einmal die einfachsten Grundkosten decken können. Und sie können auch nicht einfach auf den profitableren Arabica umsteigen, weil diese empfindliche Pflanze zum einen nur im Hochland gedeiht, und zum anderen vielen Bäuerinnen das nötige Fachwissen und die erforderlichen Produktionsmittel fehlen würden.

Intensive Anbaumethoden auf Kosten von Qualität und Umwelt

Aufgrund des erhöhten Wettbewerbs unter den Produzentinnen wurden die Anbaumethoden immer mehr intensiviert; dies bedroht mittlerweile Kaffeequalität und Umwelt.

Traditionell haben große Kaffeebetriebe immer selektiv geerntet, mit strenger Qualitätskontrolle, um sicherzustellen, dass nur reife Kaffeekirschen gepflückt werden. Aber mit dem Preisrückgang blieben auch diese Standards auf der Strecke: Mechanisiertes und spätes Ernten wird immer üblicher. Im mechanisierten Verfahren werden die Kaffeekirschen in ganzen Büscheln anstatt einzeln gepflückt und dadurch reife mit unreifen Kaffeekirschen vermischt. Spätes Ernten dient der Einsparung von Kosten für wiederholtes Pflücken, vermischt schwarze oder faulende Bohnen mit den guten, reifen Kirschen und führt zu Schimmelbildung.

Intensive Anbaumethoden gefährden auch die langfristige Nachhaltigkeit der Kaffeeproduktion. In vielen Ländern wird Kaffee traditionell unter schattenspendenden Bäumen zwischen anderen Marktfrüchten oder Früchten für den Eigenbedarf angepflanzt. Diese

Anbaumethode erhält nicht nur Wald und Boden, sondern schützt auch das Mikro-Klima. In Mittelamerika bildet dies auch einen wichtigen Lebensraum für Zugvögel. Mit der Intensivierung des Kaffeeanbaus wurden diese Schattenbäume entfernt, um höhere Ernteerträge zu erzielen, sodass der Kaffee jetzt in Monokulturen dem vollen Sonnenlicht ausgesetzt ist. Außerdem wurden schnell wachsende Zwerghybride [Hybride: nicht fortpflanzungsfähige Hohertragsorten] angepflanzt, die mit verstärktem Einsatz von Agrochemikalien höhere Erträge erbringen. Beispielsweise wurden in Brasilien die gesetzlichen Einschränkungen bezüglich Bepflanzungsdichte und Anbaumethoden aufgehoben.⁶⁸ Seitdem werden die Kaffeebäume sehr viel dichter gepflanzt, statt der traditionellen 900-1.200 sind es heute 5.000-8.000 Kaffeebäume pro Hektar. Mittlerweile werden diese Techniken in einer Vielzahl von Ländern angewandt, um größere Kaffeemengen zu niedrigeren Kosten zu produzieren.⁶⁹

Die wissenschaftliche Institution CABI Commodities bestätigt diese Veränderungen: *„Schnell wachsende Zwerghybride, die besonders stark auf die Anwendung von Düngemitteln reagieren; gegen Rost resistente Sorten, mit denen Inputkosten verringert werden; Entfernung der Schattenbäume, um Ernteerträge zu steigern; und die Mechanisierung, die es in Brasilien möglich gemacht hat, die Anbaugelände aus den dicht besiedelten, frostgefährdeten Regionen in nördlichere, weniger dicht besiedelte Gebiete ohne Frostgefahr zu verlagern, sind alles Veränderungen der jüngsten Vergangenheit. Im Rahmen der weltweiten Entwicklung hin zu intensiver Landwirtschaft wurde die Intensivproduktion auch von Geberländern, insbesondere in Mittelamerika, gefördert.“*⁷⁰

Durch derart intensive Anbaumethoden wurden beispiellose Ernteerträge erzielt, aber viele Beobachterinnen stellen deren Nachhaltigkeit in Frage und warnen davor, diese Produktivitätsergebnisse als Maßstab für andere zu verwenden.

Keine Alternativen: sinkende Rohstoffpreise und das Scheitern der ländlichen Entwicklung

Arme Kaffeebäuerinnen kämpfen ums Überleben. Die Kosten für einen Ausstieg aus der Kaffeeproduktion sind beachtlich, außerdem fehlt es an realisierbaren Alternativen. Dies zum Teil, weil Regierungen und internationale Entwicklungshilfe-Geber ländliche Entwicklung und Diversifizierung nicht gefördert haben, zum Teil verhindert der Protektionismus der EU und der USA, dass die Bäuerinnen der Entwicklungsländer von anderen landwirtschaftlichen Rohstoffen profitieren können. So sind heute zu viele Produzentinnen von zu wenigen Möglichkeiten abhängig. Darüber hinaus haben Kaffeebäuerinnen, wie alle Bäuerinnen, mit den altbekannten Problemen der ländlichen Unterentwicklung zu kämpfen: schlechte Transportinfrastruktur, fehlende Kredite, kaum direkter Marktzugang und dadurch sehr begrenzte Informationen über die besten Absatzmöglichkeiten.

Fehlende Alternativen zum Kaffee als ‚cash crop‘

Trotz der über Jahrzehnte andauernden Rufe nach Diversifizierung wurde in vielen Ländern die Rohstoffabhängigkeit nicht verringert. So sind beispielsweise die Länder Afrikas südlich der Sahara heute stärker von Rohstoffen abhängig als noch vor 20 Jahren.⁷¹ Ein krasses Beispiel für das Versagen der Politik auf allen Ebenen.

Wirtschaftlich betrachtet mag es irrational erscheinen, dass Bäuerinnen weiterhin Kaffee zu einem Preis verkaufen, mit dem sie nicht einmal ihre einfachsten Grundbedürfnisse decken können, tatsächlich ist die Entscheidung aber vollkommen rational. Erstens sind die Kosten für das Austausch der Kaffeebäume gegen alternative Nutzpflanzen sehr hoch. Selbst wenn ihr Land für den Anbau einer anderen Pflanze, wie zum Beispiel Kakao, geeignet wäre, verfügen die Bäuerinnen oft nicht über die notwendigen Anbaukenntnisse. Hinzu kommt, dass die meisten Familien keine Ersparnisse haben, von denen sie leben können, bis die neuen Pflanzen Früchte tragen.

Zweitens gibt es einfach nicht genug erfolgversprechende Alternativen. Kaffeebäuerinnen wissen selbst am besten, wie gefährlich es ist, sich auf den launischen Kaffee als einzige Einnahmequelle zu verlassen. Die meisten Kleinbäuerinnen pflanzen deshalb zwischen ihren Kaffeebäumen andere Nutzpflanzen, zum Teil für den Verkauf, zum Teil für den Eigenverbrauch, oder halten Hühner und Rinder. Die einheimischen Märkte sind für ihre Produkte in der Regel zu klein und haben ein zu niedriges Preisniveau, um die ehemals aus der Kaffeeproduktion erzielten Gewinne zu ersetzen. Die Einkünfte aus anderen Feldfrüchten sind ebenso gering wie bei Kaffee oder sogar schlechter. Abarya Abadura, ein Kaffeebauer aus Jimma in Äthiopien, klagt: *„Vor drei Jahren erhielt ich noch 105 Dollar für meinen Mais. Letztes Jahr bekam ich 35 Dollar.“* Es wird geschätzt, dass der Preis für Mais, eines der Grundnahrungsmittel, in den letzten fünf Jahren um mehr als 60 % gesunken ist. Abarya sieht den Zusammenhang so: *„Wenn der Kaffeepreis sinkt, haben die Leute nicht mehr genug Geld, um Mais zu kaufen.“*⁷²

Den sinkenden Rohstoffpreisen ausgeliefert

Nicht nur der Kaffee steckt in der Krise. Viele Rohstoffe, wie Zucker, Reis und Baumwolle, sind einem langfristigen Preisverfall ausgesetzt. Gestiegene Produktivität und erhöhter Wettbewerb lassen das Angebot über die Nachfrage hinauswachsen (vgl. Abb. 11). Wie der Kaffee, sind viele dieser anderen Rohstoffe dem sprunghaften Auf und Ab der Preise ausgeliefert.

Dieser langfristige Preisverfall raubt den Bäuerinnen nicht nur die Alternativen, sondern zerstört auch die Volkswirtschaften. Je stärker ein Land von Rohstoffen abhängig ist, desto verheerender die Auswirkungen sinkender Preise auf den Staatshaushalt. In Afrika südlich der Sahara hat sich die Rohstoff-Abhängigkeit verstärkt: In 17 Ländern hängen die Exporterlöse zu 75 % oder mehr von Rohstoffen (außer Öl) ab.⁷³ Viele dieser Länder tragen nach wie vor eine schwere Schuldenlast, und ihre Fähigkeit, den Schuldendienst zu leisten, wurde durch die Rohstoffkrise entscheidend untergraben.

Mit ihrem schematischen Strukturanpassungsmodell, das allen armen Ländern bei der Kreditvergabe einheitlich verordnet wurde, haben Weltbank und IWF das Problem noch verschärft. Dieser Ansatz konzentriert sich auf die Förderung von exportorientiertem Wachstum und auf Auslandsinvestitionen durch die Beseitigung von Handelsschranken, die Abwertung der einheimischen Währung und die Privatisierung staatlicher Unternehmen. Es geht also im wesentlichen darum, eine „Freie Markt“-Situation zu schaffen, in der jedes Land angeblich seine eigenen „komparativen Vorteile“ entwickeln soll. Bei dieser Herangehensweise wird den direkten Auswirkungen auf die Armen allerdings wenig Aufmerksamkeit geschenkt.

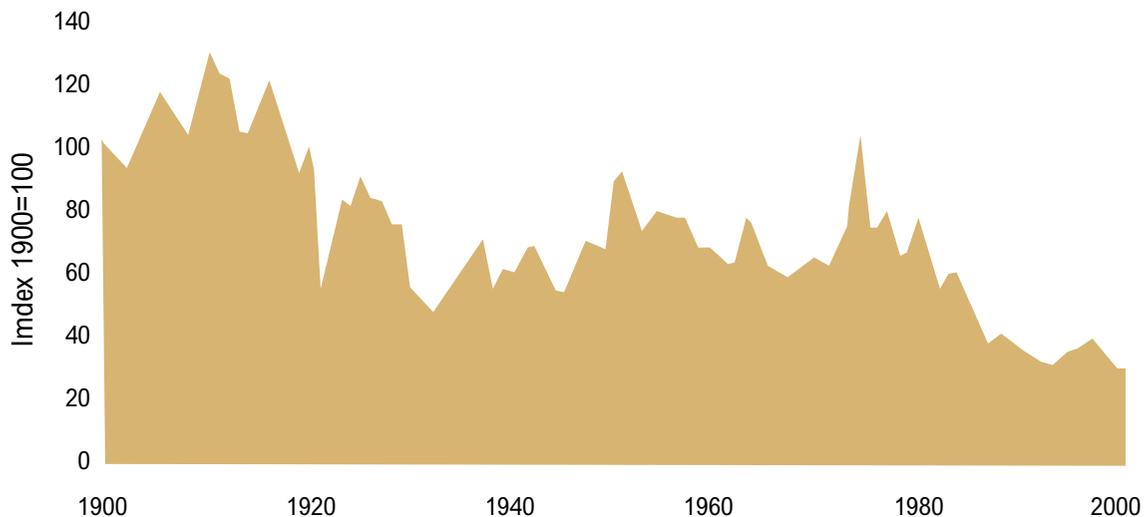
Historisch gesehen waren die ärmsten Länder schon immer von der Rohstoffproduktion abhängig. Die Konzentration auf Liberalisierung und „komparative Vorteile“ hat diese Abhängigkeit in vielen Fällen noch weiter verstärkt. Gleichzeitig hat die im Interesse einer vollkommenen Marktliberalisierung durchgeführte Abschaffung von Importzöllen und die Unterstützung

der einheimischen Industrie es den Ländern erschwert, eine ‚upstream‘-Diversifizierung oder den Ausbau industrieller Bereiche mit höherer Wertschöpfung durchzuführen. Versuche, junge Industrien zu schützen, sind bei Weltbank und IWF auf heftigen Widerstand gestoßen. In Uganda wurden zum Beispiel Programme zur Förderung strategischer Exportbereiche, wie der Fischverarbeitung, und zum Schutz dieser jungen Industrien „von IWF- und Weltbank-Vertretern verhöhnt.“⁷⁴

Zu geringe Wertschöpfung

Die Produktionsländer können nur einen sehr geringen Anteil des potentiellen Mehrwertes des Kaffees für sich verbuchen, weil viel zu wenig Verarbeitung und Verpackung von Kaffee im Land selbst erfolgen. Es ist kaum zu glauben, dass 94 % aller Kaffee-Exporte im Erntejahr 2000/2001 ihre jeweiligen Produktionsländer als grüne Kaffeebohnen verlassen haben. Und der größte Teil der restlichen 6 %, die in verarbeiteter Form exportiert wurden, kam aus Brasilien, Indien und Kolumbien.⁷⁵

Abb. 11: Reale Rohstoffpreise (außer Rohöl)



Quelle: Weltbank

Das Problem der geringen Wertschöpfung hängt von vielen Rohstoffen an. Auf einer kürzlich bei der FAO abgehaltenen Beratung zum Thema Rohstoffe wurde unter anderem festgestellt, dass *„der Preisanteil der Produzentinnen ungewöhnlich niedrig ist, insbesondere bei Nahrungsmittel-Rohstoffen, deren Verarbeitung in hochkonzentrierten Sektoren erfolgt. Demzufolge sind die Marktstrukturen ein wichtiger Bereich, der untersucht werden muss. Bessere Marktinformationen wurden als ein Weg zur Stärkung der Verhandlungsposition von Rohstoffexporteuren diskutiert.“*⁷⁶

Mehr Verarbeitung in den Herkunftsländern ist entscheidend, um deren Einkünfte aus Kaffee zu steigern, aber für die meisten Länder sind die Hürden fast unüberwindbar. Der Preis für eine Fabrik zur Herstellung von löslichem Kaffee liegt über 20 Mio. US\$, für Röstkaffee ist er nicht ganz so hoch. Und selbst wenn die Verarbeitung von Kaffee für die Entwicklungsländer finanziell möglich wäre, gäbe es andere Hindernisse vor Ort, wie zum Beispiel fehlende Möglichkeiten der Qualitätsverpackung. Eine Alternative wäre es, Investitionen der transnationalen Konzerne in den Produktionsländern anzuregen, aber die meisten, mit Ausnahme von Nestlé und Sara Lee, ziehen ihre Standorte in den USA und in Europa vor. Die Kosten für ihre hoch effizienten Fabriken sind schließlich bezahlt und sind näher am Endverbraucher - für einige Kaffeearten ein wichtiger Aspekt. Sara Lee hat auch in Brasilien - neben der Produktion auch ein wichtiges Kaffeekonsumland - eine starke Präsenz.

Auch beim Vertrieb sind die Barrieren hoch. Ein großer Teil des verkauften Kaffees sind Mischungen aus Kaffeearten unterschiedlicher Herkunft. Da die Handelsbeziehungen zwischen den einzelnen Produktionsländern im allgemeinen nicht stark sind, ist die Entwicklung eigener, regionaler Kaffeemischungen schwierig. Bereits existierenden Kaffeemarken aus Entwicklungsländern fehlen häufig das Profil und der Bekanntheitsgrad der etablierten Konkurrenz, und die langjährigen Beziehungen zwischen den großen Rösterkonzernen und den Einzelhändlern zu durchbrechen, ist ein harter Kampf. Unmöglich ist es aber nicht: Ismael Andrade, Exporteur des beliebten brasilianischen Kaffees Sabor de Minas, konnte seinen

Kaffee erfolgreich an einige der größten Einzelhandelsketten der Welt vermarkten, darunter Wal-Mart und Carrefour.⁷⁷

Anders als bei vielen anderen Agrarprodukten sind Einfuhrzölle der reichen Länder für die meisten Kaffeeproduzentinnen nicht das Hauptproblem. In den USA gibt es zum Beispiel weder Einfuhrzölle auf Röstkaffee noch auf löslichen Kaffee. In die EU kann verarbeiteter Kaffee zollfrei aus allen afrikanischen, karibischen und pazifischen Ländern, sowie aus vielen Ländern Lateinamerikas (einschließlich Kolumbien, El Salvador, Guatemala, Honduras und Nicaragua) eingeführt werden. Andere arme Länder aber, wie Indien, Vietnam und Ost-Timor, bezahlen für löslichen Kaffee Importzoll von 3,1 % und für gemahlene Röstkaffee 2,6 %. Brasilien und Thailand zahlen für löslichen Kaffee sogar bis zu 9 %.⁷⁸

Die Geschäftstätigkeit internationaler Händlerunternehmen in den Produktionsländern wird immer stärker. Die Röster verlassen sich darauf, dass diese Händler ihnen in kürzester Zeit sehr große Mengen Kaffee verschiedenster Herkunft liefern. Das hat die Arbeitsweise dieser Händler verändert, sagt Stefano Ponte: *„Die Notwendigkeit, ständig eine gleichbleibende Angebotsmenge an Kaffee unterschiedlichster Herkunft und Sorten zu garantieren, hat dazu geführt, dass die internationalen Händler noch stärker in den Produktionsländern aktiv sind, als es im Zuge der Marktliberalisierung ohnehin der Fall wäre.“*⁷⁹

Mit dem Rückgang der Beschränkungen für ausländische Investoren haben internationale Händler entweder lokale Niederlassungen gegründet oder verhandeln jetzt direkt mit den Produzentinnen; in seltenen Fällen besitzen sie sogar die Kaffee-Farmen. Einige dieser Händler haben sehr enge Beziehungen zu den großen Rösterkonzernen. Dieser Wandel wird auch von Lorenzo Castillo von der Junta Nacional de Café in Peru bestätigt: *„Die transnationalen Konzerne wollen ihre Kosten reduzieren. Um dies zu erreichen, versuchen sie, die Anzahl der Mittelsmänner zwischen sich und den Produzenten zu reduzieren. Am stärksten sind die einheimischen Exporteure durch diese Verdrängung bedroht... Der Köder für die Produzentinnen ist die Bereitstellung von Krediten.“*⁸⁰

Nicht nur Betreiberinnen lokaler Kaffeeschälanlagen und Zwischenhändlerinnen, sondern auch größere, einheimische Handelsunternehmen kämpfen ums Überleben, da sie nicht über die finanziellen Ressourcen der internationalen Handelshäuser verfügen, um sich über die aktuelle Krise hinwegzuretten. Laut Aussage eines europäischen Händlers ging beispielsweise in Uganda in den letzten zehn Jahren die Zahl der Exporteure von 150 auf 20 zurück, viele der Gescheiterten waren lokale Unternehmerinnen.

In diese Lücke sind die mächtigeren, finanziell überlegenen internationalen Händler eingestiegen. In Tansania zum Beispiel, bemerkt Stefano Ponte, *„kontrollieren [die transnationalen Konzerne] über ihre lokalen Filialen mehr als die Hälfte des Exportmarktes und einen weiteren, substantiellen Anteil über finanzielle Vereinbarungen mit lokalen Unternehmen.“*⁴⁸¹ Die Sorge ist, dass durch die Krise eine bedeutende, lokale Unternehmenskultur verloren geht und die Profite der internationalen Handelsunternehmen zurück in die Industrieländer fließen.

Gescheiterte ländliche Entwicklung

Die Deregulierung des internationalen Kaffeemarktes geht in vielen Produktionsländern mit der Liberalisierung der einheimischen Märkte einher, oftmals unter dem Druck von Weltbank und IWF. Halbstaatliche Kaffee-Organisationen, die in vielen Fällen als monopolistische Aufkäufer der einheimischen Kaffeeproduktion fungierten, wurden nach und nach aufgelöst oder privatisiert. Steuern und andere Gebühren auf Kaffee wurden gesenkt und die staatliche Kontrolle über die Kaffeeproduktion verringert. Viele der Beschränkungen für Investitionen und Eigentumserwerb durch Ausländer wurden, insbesondere im Handels- und Exportbereich, aufgehoben.

Für Bäuerinnen ergaben sich aus der Deregulierung einige Vorteile: In vielen Ländern erhalten sie für ihren Kaffee einen größeren Anteil vom Exportpreis. Professor Christopher Gilbert erklärt: *„Durch die Liberalisierung erhöht sich der Anteil, den die Bäuerinnen am FOB-Preis [Exportpreis] erhalten, weil die Kosten innerhalb der Vermarktungskette verringert werden und weil damit oftmals Steuer- und andere Gebührensenkungen einhergehen und somit auch weniger Ansatzpunkte für Bestechung*

*oder Erpressung existieren.“*⁴⁸² Allerdings sind diese Vorteile durch den allgemeinen Preisverfall bedeutungslos geworden.

Gleichzeitig hatte die Deregulierung viele negative Auswirkungen für die Bäuerinnen. Wo staatliche Dienstleistungen wegfielen, füllte der freie Markt die entstandenen Lücken nicht, keine große Überraschung bei einem krisengeschüttelten Rohstoff. In einer Zeit, in der Bäuerinnen mehr als je zuvor den Launen des Marktes ausgesetzt sind, wurde ihre ökonomische Schwäche durch den Wegfall staatlicher Unterstützungen und das Fehlen alternativer Hilfen zusätzlich verschärft. Die Folgen sind eine Verschlechterung ihrer Kaffequalität und somit eine noch schwächere Marktposition.

Unzureichende Regulierung

Einige Experten sind der Ansicht, dass die Kaffequalität, insbesondere bei den Arabicas, die mehr Pflege und Produktionseinsatz benötigen, auch deshalb abnimmt, weil die Kontrollen in der Kaffeeproduktion gelockert wurden.

So erklärt Professor Christopher Gilbert: *„Für Arabica sind Fragen der Marktorganisation sehr wichtig, viel wichtiger als für Robusta. Eine volle Liberalisierung scheint sich tatsächlich auf die Qualität [von Arabica] nachteilig auszuwirken. Der beste Arabica wird in Ländern produziert, wo ein gewisser Grad an Regulierung zugelassen ist [Kolumbien, Costa Rica, Kenia] ... Meiner Meinung nach ist für Arabica-Produzenten ein kombiniertes System mit starken Kooperativen [Kenia] oder staatlichen Institutionen [Kolumbien] am besten. Eine unabhängige Regulierung ist von entscheidender Bedeutung.“*⁴⁸³

Bauern- und Landarbeiter-Organisationen unter Beschuss

Viele der angeblichen Vorteile eines deregulierten Systems hängen von unterstützenden Institutionen und Organisationen ab, die es aber gar nicht gibt. Nicht nur, dass die staatlichen Dienstleistungen abgeschafft wurden, auch zivilgesellschaftliche Organisationen, die Druck ausüben könnten, um die Vermarktungssituation von Kleinbäuerinnen zu stärken, wurden geschwächt.

Jüngere Untersuchungen in Äthiopien zeigen, welche bedeutende Rolle gut geführte, unabhängige landwirtschaftliche Kooperativen bei der Festlegung eines Mindestpreises für Kaffee spielen können. Mit Hilfe der Kooperativen ist es auch möglich, Zwischenhändlerinnen zu umgehen und Zugang zu den lukrativen Exportmärkten zu erhalten. Das kann höhere Einnahmen für die einzelnen Bäuerinnen und zusätzliche Finanzmittel für wichtige kommunale Dienstleistungen bedeuten. Politische Unterstützung derartiger Strukturen sollte sich aber dagegen wenden, dass in einigen Kooperativen Restriktionen für die Beteiligung von Frauen gelten, wodurch diese Frauen von den Vorteilen der Kooperativen ausgeschlossen werden.

Mangelnde Information

Viele Bäuerinnen leiden an einem Mangel an Information, angefangen von aktuellen Preisinformationen bis hin zu neuen Erntetechniken, was Qualitätsverluste und geringere Preise für ihre Produkte mit sich bringt. Die Uganda Coffee Development Authority (UCDA) gab früher auf acht verschiedenen Radiosendern die aktuellen Kaffeepreise bekannt; die Sendung wurde aber, zum Teil wegen fehlender Finanzmittel durch gesunkene Kaffeepreise, eingestellt. Es wird darüber nachgedacht, dieses Programm wieder ins Leben zu rufen, doch in der Zwischenzeit gehen den Bäuerinnen wertvolle Informationen verloren. Das Kaffeeinstitut in Honduras berichtet, dass den Bäuerinnen regelmäßig etwaige Preiserhöhungen auf dem Kaffeemarkt entgehen.⁸⁴ Das Gleiche in Äthiopien: Exporteure wussten im April 2002, dass der Preis sich erholt hatte,⁸⁵ die Bäuerinnen jedoch nicht. So konnten diese sich keinen größeren Anteil an dem höheren Preis sichern.

Zu wenig Ausbildung und Unterstützung

Technisches Know-how ist entscheidend für die Erhöhung von Ernteerträgen und zur Wertsteigerung des Kaffees. Aus verschiedenen Studien geht hervor, dass in einigen Produktionsländern Afrikas die Ernteerträge von Kleinbäuerinnen sehr gering sind – unter 500 kg pro Hektar. In Vietnam hingegen sind es durchschnittlich 1.500–2.000 kg pro Hektar. Der Unterschied besteht jedoch nicht nur im Produktionsmitteleinsatz, der in Afrika niedriger ist, sondern auch

im geringeren landwirtschaftlichen Fachwissen über Beschneidungszyklen, Unkrautbekämpfung oder Mulchen. Weil das Angebot an Beratungsdiensten reduziert wurde, wurde in einigen Ländern zum Beispiel nicht rechtzeitig gegen Schädlinge gespritzt, und es gab vermehrt Probleme mit Krankheiten. Das Fehlen von technischem Know-how führt auch zur Verringerung der Kaffequalität, wenn Bäuerinnen zum Beispiel nicht wissen, wie eine hochwertigere Kaffeekirsche produziert wird oder wie durch einfache Verarbeitungsschritte der Wert des Kaffees erhöht werden kann.

Überschuldung – kein neues Geld

Durch den Preisverfall können viele Bäuerinnen ihre Kredite nicht zurückzahlen. Eine Untersuchung bei vietnamesischen Kaffeebäuerinnen zeigt, dass über 60 % größere offene Kredite haben.⁸⁶ Der Druck, diese Schulden zurückzuzahlen, hindert sie oft daran, eine günstigere Preisentwicklung abzuwarten, und so müssen sie die Tagespreise der Händler akzeptieren. Carmela Rodriguez, eine 56 Jahre alte Bäuerin aus Sauce in Peru, sagt: *„Manchmal hören wir davon, dass die Preise in Tarapoto, Moyobamba oder in Jaen besser sind. Aber für uns ist es schwierig, [mit unserem Kaffee] dorthin zu kommen. Und wir können ihn auch nicht einlagern wegen unserer großen Schulden. Das können wir uns nicht leisten.“*⁸⁷

Steigende Überschuldung bedeutet weniger neue Kredite; in der Tat werden in vielen Ländern kaum noch ländliche Kredite vergeben. Wenn Kooperativen keine Kredite mehr bereitstellen können, müssen sich die Bäuerinnen an lokale Händler wenden. Mohammed Indris, ein Kaffeebauer aus Äthiopien, erzählt: *„Durch die Aufkäufe der Kooperative wird der Preis hochgehalten. Als die Kooperative letztes Jahr finanzielle Probleme hatte, konnte sie keine roten Kaffeekirschen aufkaufen. Als die privaten Händler das bemerkten, senkten sie ihre Preise von 0,11 auf 0,06 US\$/kg.“*⁸⁸

In den harten Monaten vor der Ernte sind die Bäuerinnen besonders stark vom Mangel an Krediten betroffen. Einige können mit ihrer kommenden Ernte als Absicherung Lebensmittel auf Kredit bekommen, andere verpfänden ihr Land als Sicherheit. Aber nicht alle Bäuerinnen sind urkundlich als Eigentümerinnen

eingetragen. Frauen sind besonders benachteiligt, da sie aufgrund der herrschenden Eigentumsregelungen vielerorts kein eigenes Land besitzen können. Das macht es für sie noch schwieriger, einen Kredit zu bekommen.

Schwache ländliche Infrastruktur

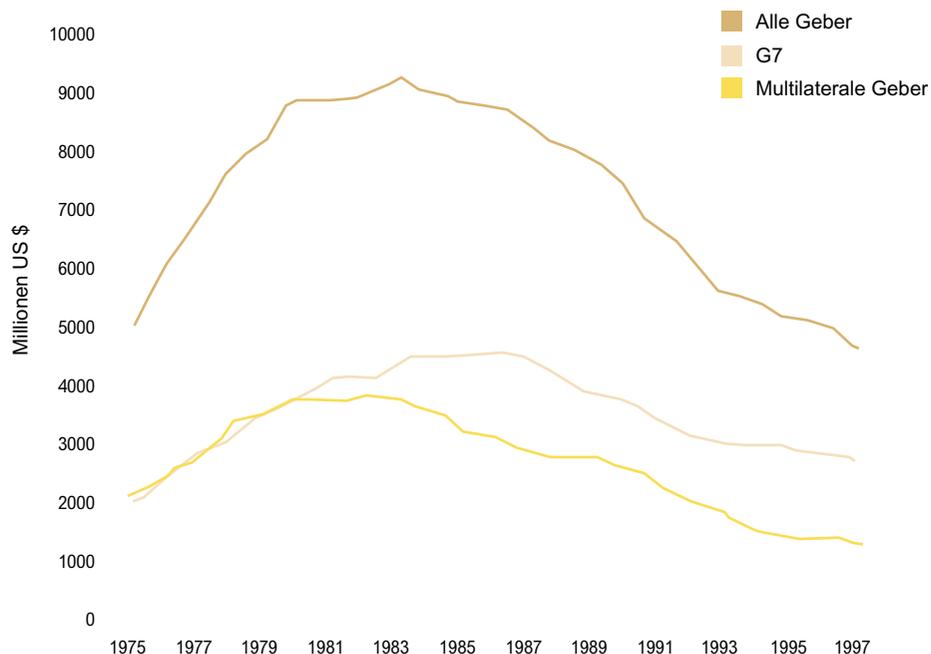
Über Jahre ausgebliebene Investitionen in der ländlichen Transport-Infrastruktur verursachen jetzt in vielen Ländern hohe Kosten. Dies betrifft vor allem Kleinbäuerinnen, die nicht genügend Kaffee haben, um die Ausgaben für einen Kleinlaster zu rechtfertigen, der ihre roten Kaffee-Kirschen zur Verarbeitung in die örtliche Schälanlage transportiert. Selbst wenn bei größeren Mengen Kleinlaster in Anspruch genommen werden, sind die Kosten pro Kilometer sehr hoch. Oxfams Untersuchungen in Uganda haben gezeigt, dass der Transport eines Sacks Kaffee von der Pflanzung zur 15 km weit entfernten Schälanlage kaum weniger kostet, als die 100 km-Strecke von der Schälanlage nach Kampala.

Bäuerinnen leiden sehr real unter den schlechten Straßenbedingungen. Ein Bauer erzählt: „*Ich bin Avelios Asuego, ein kleiner Bio-Kaffeebauer aus Guatemala. Ich möchte Ihnen etwas von meinem Leben erzählen. Von meinem Dorf aus müssen wir vier Stunden zu Fuß laufen, um zur festen Straße zu gelangen. Das gibt Ihnen einen Eindruck davon, wie stark wir von der modernen Welt isoliert sind. Von da aus müssen wir drei weitere Stunden mit dem Auto fahren, und das ist bei dem schlechten Zustand unserer Straßen eine harte Fahrt. Nach den drei Stunden parken wir und geben unseren Kaffee zur Vermarktung ab.*“⁸⁹

Die Kaffeequalität der Bäuerinnen leidet auch unter mangelndem Zugang zu einfachsten Einrichtungen wie Trockentische und Schälmaschinen. Die meisten von ihnen trocknen ihren Kaffee in der Sonne, doch selbst dabei fehlen ihnen oft die einfachen Solar-trockentische bzw. die Kenntnisse, um sie selber zu bauen. Schließlich verteilen sie die Kaffeebohnen einfach auf dem Boden. Arabica-Kirschen sollten so schnell wie möglich nach dem Pflücken verarbeitet werden. Wenn vor Ort aber keine kleinen Schälmaschi-

Abb. 12: Sinkende Entwicklungshilfe für den Agrarsektor: 1973-2000

Laufende Fünf-Jahres-Durchschnitte, konstante Preise von 1999



Quelle: CRS- und DAC-Statistiken

nen vorhanden sind, müssen die Kleinbäuerinnen vor der Fahrt zur Schälanlage zunächst eine ausreichend große Menge ernten, und dann kann es passieren, dass die geernteten Kaffeekirschen in der Zwischenzeit zu schimmeln beginnen.

Abnehmende Entwicklungshilfe und „zweierlei Maß“: Der Betrug der Geberländer

Zu dieser Krise haben die Geberländer direkt beigetragen. Zum einen haben sie Investitionen in die ländliche Entwicklung sträflich vernachlässigt. Zum anderen haben sie die Situation dadurch verschärft, dass sie ihre Liberalisierungspolitik nach „zweierlei Maß“ handhaben. Während sie in den Entwicklungsländern die Öffnung der Märkte vorantreiben, schotten sie ihre eigenen Märkte durch protektionistische Maßnahmen ab. Damit zwingen sie die armen Länder in die Produktion einer beschränkten Auswahl von Rohstoffen und betrügen sie so um die Möglichkeiten ihrer landwirtschaftlichen Entwicklung.

Wie in Abbildung 12 dargestellt, geht die Unterstützung für die ländliche Entwicklung – lebenswichtig für Millionen von Bäuerinnen in den ärmsten Ländern der Welt – immer stärker zurück. Die OECD weist auf die fehlende Unterstützung ihrer eigenen Mitgliedsländer hin: *„Die Entwicklungshilfe im Agrarsektor, die schon seit Anfang der 80er Jahre stagnierte, ist seit 1985 jährlich um 7 % zurückgegangen. Im Ergebnis sank der Anteil der Entwicklungshilfe im Agrarsektor (in Bezug auf die gesamte Entwicklungshilfe) von 17 % Anfang der 80er Jahre auf 8 % Ende der 90er Jahre. Dieser Rückgang ist zum Teil durch die generellen Kürzungen in der staatlichen Entwicklungshilfe zu erklären, zum Teil aber auch durch Änderungen in den Sektorpolitiken der Geberländer [von landwirtschaftlichen und anderen produktiven Sektoren hin zu sozialen Sektoren]. Eine plausible Erklärung für einen Teil des Rückgangs ist der Ausschluss der Landwirtschaft von der Agenda zur Armutsbekämpfung der 90er Jahre.“*⁹⁰

Angesichts der Abhängigkeit so vieler armer Menschen von der Landwirtschaft ist dieser Rückgang erschreckend. *„Nach Schätzungen der OECD beträgt der Anteil der staatlichen Entwicklungshilfe für den Agrarsektor jetzt 8 % der gesamten staatlichen Entwicklungshilfe (ODA): 8 %, um drei Viertel der Armen zu unterstützen“,* sagt Lennart Bage, Präsident des Internationalen Fonds für landwirtschaftliche Entwicklung der UN.⁹¹

Die reichen Länder haben sich in jüngster Zeit in der Anwendung von „zweierlei Maß“ bei ihrer Handelspolitik außerordentlich geschickt gezeigt. Im Jahr 2000 subventionierten die reichen Länder ihre Landwirtschaft mit 245 Mrd. US\$.⁹² Ein besonders dreistes Beispiel ist das neue Landwirtschaftsgesetz in den USA, durch das die amerikanischen Farmer mit zusätzlichen 70 Mrd. US\$ subventioniert werden sollen. Die aktuelle Subventionspolitik hat vor allem eine Produktionssteigerung zur Folge. Das hat verheerende Auswirkungen auf die Bäuerinnen in Entwicklungsländern, weil es den Markt verzerrt und die Produzentinnen der reichen Länder ihre Produkte zu extrem niedrigen Preisen auf den Weltmarkt werfen können. Arme Bäuerinnen können unter solchen unfairen Bedingungen nicht konkurrieren.

Reiche Länder verhängen auch hohe Zölle auf Waren, von denen die Devisenerlöse der Entwicklungsländer abhängig sind: landwirtschaftliche und arbeitsintensiv verarbeitete Produkte. Einfuhrzölle kosten Entwicklungsländer etwa 43 Mrd. US\$ im Jahr.⁹³

Die unfairen Subventionen und Zölle der reichen Länder haben Konsequenzen für Kaffeebäuerinnen. Sie beeinträchtigen deren Möglichkeiten, auf andere Produkte umzusteigen und sind damit ein Teil des umfassenderen Rohstoffproblems. Ein Artikel im Wall Street Journal über Nicaragua bringt es auf den Punkt: *„Andere [Kaffee-] Bäuerinnen reden davon, ihre Anbauprodukte zu wechseln. Aber die Erfahrung der Bäuerinnen, die Erdnüsse und Sesam angebaut haben, hat sie entmutigt. Diese Produzentinnen stehen nun am Rande des Bankrotts, nachdem sie versucht haben, mit den Farmern in den USA, die großzügige Subventionen aus Washington erhalten, zu konkurrieren.“*⁹⁴

Am akutesten betroffen sind die Länder in Afrika südlich der Sahara. Ihre Regierungen haben im Rahmen der New Partnership for African Development (NEPAD) einen Aktionsplan aufgestellt. Die Reaktion der Regierungen der reichen Länder war enttäuschend.

Nischenmärkte – Ein Ausweg? Nicht für alle...





Maria, Janet, Eduarda und Felicia bei einer Kaffeepause in der Kaffee-Fabrik Chiclayo in Piuru, Peru. Hier wird fair gehandelter Kaffee für die Marke Cafédirect verarbeitet.

3. Nischenmärkte – Ein Ausweg? Nicht für alle...

Im Gegensatz zum Preisverfall auf dem konventionellen Markt sind Spezialitätenkaffees, die mit einem Preisaufschlag verkauft werden, ein absoluter Renner. Die Verkäufer heben sie durch Hinweise auf das Herkunftsland, auf besondere Eigenschaften oder auf ökologische Produktion, Schattenanbau und Fairen Handel hervor. Wer in diesen Markt einsteigen kann, der erhält oft einen sehr viel besseren Preis für seine Anbauprodukte.

Es waren nicht die traditionellen Rösterfirmen, sondern die „Coffee Bars“, die Latte Macchiato oder Cappuccino bei der Kundschaft bekannt machten. Eine der größten Ketten dieser Art, Starbucks, hat angekündigt, ihren gesamten Kaffee von Produzentinnen zu beziehen, die unter Einhaltung neuer sozialer und ökologischer Richtlinien anbauen, sowie 74 % ihres Rohkaffees zu langfristig festgelegten Preisen einzukaufen, um den Bäuerinnen Stabilität und Kalkulierbarkeit zu garantieren. Interessant hieran ist, dass nun endlich der betriebswirtschaftliche Standpunkt, der für solche Maßnahmen im Interesse der Qualitätssicherung des Kaffees argumentiert, von den Investoren akzeptiert wird. – Es bleibt abzuwarten, ob die Kleinbäuerinnen wirklich von diesem Modell profitieren.

Hier und da schließen sich Kaffee-Kooperativen mit Anbietern von Spezialkaffees in den Konsumländern zusammen, um den Kaffeekauf und -verkauf anders zu gestalten. So haben zwei kleine Kaffeefarmen in Nicaragua ihren speziellen Arabica-Kaffee über eine Internet-Auktion zu einem Preis von 11,75 US\$/lb⁹⁵ verkauft. Das ist das 23-fache des New Yorker Börsenpreises.⁹⁶ Ein Schlüsselement bei der Entwicklung und Bekanntmachung dieser besonderen Kaffeessorten sind Wettbewerbe, bei denen die beste Qualität belohnt wird.

Bessere Preise und Zuschläge für gute Qualität machen die Nischenmärkte besonders attraktiv für Bäuerinnen und Länder, die dem Teufelskreis von niedrigen Prei-

sen und schlechter Qualität zu entrinnen suchen; und Erfolgsgeschichten wirken oft wie ein Leuchtfeuer. Es ist jedoch äußerst wichtig, dass sich Regierungen und Kaffeeindustrie über die Gefahr im klaren sind, nun nicht etwa alle Produzentinnen zu ermuntern, denselben Rettungsweg zu nehmen. Eine Marktnische ist keine Nische mehr und gibt keine höheren Preise mehr her, wenn sie überschwemmt wird und die Verbrauchernachfrage nicht im gleichen Maße mitwächst.

Fairer Handel: ein Hoffnungsschimmer

„Mit Kaffee hat der Faire Handel deutlich gezeigt, dass es möglich ist, den Produzentinnen das Doppelte des heutigen, katastrophal niedrigen Preises zu zahlen, ohne dabei die Bereitschaft der Konsumentinnen zu beeinträchtigen, ein Qualitätsprodukt zu kaufen.“ – Pablo Dubois, Programmdirektor, Internationale Kaffee-Organisation (ICO)

Im gegenwärtigen Verkaufsklima ist der Faire Handel für viele Produzentinnen ein Rettungsanker. Durch ihn entstanden viele kommerzielle Unternehmen, die gewinnbringend arbeiten, aber gleichzeitig ihre klaren Entwicklungsziele beibehalten: Eine Verbesserung der Lebenssituation der Produzentinnen, von denen sie den Kaffee beziehen. Dem Fairen Handel liegt ein Kernprinzip zugrunde: Die Verpflichtung, den Bäuerinnen einen fairen Preis zu zahlen, der kostendeckend und stabil ist. So erhalten Arabica-Produzentinnen zur Zeit einen Mindestpreis von 1,26 US\$/lb⁹⁷ – weit mehr als das Doppelte des aktuellen Marktpreises.

Der erste fair gehandelte Kaffee wurde 1973 von kleinbäuerlichen Kooperativen aus Guatemala in die Niederlande eingeführt. Heute, dreißig Jahre später, arbeiten fast 200 Kaffee-Kooperativen mit 675.000 Mitgliedern, mehr als 70 Händler und etwa 350 Kaffee-Unternehmen nach den Richtlinien der Fairtrade Labelling Organisations International (FLO).

Der Faire Handel setzt einen Schwerpunkt auf kooperative Leitungs- und Organisationsstrukturen und verlangt von allen Beteiligten, die Austauschverhältnisse transparent zu machen und zumutbare Produktionsbe-

dingungen zu garantieren. Gleichzeitig setzt er sich dafür ein, den Marktzugang für die armen Bäuerinnen zu verbessern. Dazu gehören die teilweise Vorfinanzierung von Bestellungen, um eine Verschuldung der Kleinproduzentinnen zu verhindern; die Zahlung von Zuschlägen, die für Gemeinschaftsprojekte verwendet werden; vertragliche Verpflichtungen, die den Bäuerinnen eine langfristige Planung ermöglichen; und die Gewährleistung sozialer und ökologischer Standards, die den Arbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) entsprechen.

Der FLO-Standard für Kaffee beruht auf Freiwilligkeit. Die Besitzer der beteiligten Marken zahlen für die Zertifizierung ihrer Produkte Lizenzgebühren. In Zusammenarbeit mit nationalen Organisationen kontrolliert FLO die Einhaltung seiner Richtlinien in den Produktionsländern. Auf der anderen Seite sind die FLO-Mitgliedsorganisationen wie Max Havelaar (Niederlande, Belgien, Frankreich, Schweiz, Dänemark), TransFair USA (Nordamerika), die Fairtrade Foundation (UK) sowie der TransFair e.V. in Deutschland für die Vermarktung ihrer verschiedenen Zertifizierungssiegel in ihren Ländern zuständig.

Die größten Auswirkungen hatte der Faire Handel bisher auf die Lebenssituation der Bäuerinnen, die ihren Kaffee nun zu einem Preis verkaufen können, der ihre Grundbedürfnisse deckt. Bei der Oromiya Coffee Farmers Co-operative Union in Äthiopien z.B. erhalten die Kaffeebäuerinnen für den über den Fairen Handel verkauften Kaffee bis zu 70 % des Exportpreises, während die Bäuerinnen in Jimma, einem Gebiet in der äthiopischen Provinz Kafa, auf dem freien Markt für ihren Kaffee nur 30 % des Exportpreises bekommen.

Felipe Huaman von der Bagua Grande Kooperative in Peru erklärt: *„Seit unserer Verbindung zu Cafédirect haben sich unsere Preise und die Lebensbedingungen der Familien verbessert. Das ist unsere größte Belohnung und das, was wir am meisten wertschätzen.“* Der verbesserte Preis ist sicher bedeutsam; der indirekte Nutzen, der durch die Organisierung der Bäuerinnen entsteht, ist allerdings möglicherweise noch größer.⁹⁸

Der Faire Handel hat auch positive Auswirkungen auf die Umwelt. Durch den Fokus auf kleinbäuerliche

Betriebe und nachhaltige Anbaumethoden stammt der größte Teil des fair gehandelten Kaffees aus dem Schattenanbau. Im Gegensatz zur Anbauform ohne Schattenbäume unterstützt er die Artenvielfalt und das ökologische Gleichgewicht. Die Pulpe der Kaffeekirsche, die im ersten Verarbeitungsschritt anfällt, wird nicht einfach weggeworfen, sondern zum Mulchen verwendet, wodurch sinkender Sauerstoffgehalt und Verschmutzung von Gewässern vermieden werden.

Schließlich stellt das gute Beispiel des Fairen Handels eine Herausforderung für die großen Kaffeekonzerne dar. Allein seine Existenz hebt indirekt hervor, wie skandalös niedrig auf dem konventionellen Hauptmarkt die Preise sind, die den Bäuerinnen nicht einmal gestatten, ihre Produktionskosten zu decken. Der Faire Handel ist somit eine ernstzunehmende Bedrohung für die Reputation der Kaffeeröster, deren Geschäftserfolge ja vom Konsumverhalten der Verbraucher abhängen.

Kraft bestätigt dies: *„Seit Anfang der 90er Jahre wurde eine wachsende Zahl von Handelsorganisationen aktiv, die Kaffeemarken mit verschiedenen Siegeln wie ‚Fairer Handel‘ oder ‚Ökologischer Anbau‘ anboten und so auf der Basis ethisch-moralischer Argumente dem konventionellen Kaffeemarkt Konkurrenz machten. Da die Nachfrage nach ‚fair gehandelten‘...Produkten bislang nur mäßig ist, sind daraus nur geringe wirtschaftliche, aber enorme Image-Probleme für die traditionelle Kaffeewirtschaft als Ganzes entstanden.“⁹⁹*

Anfangs hatten sich die konventionellen Kaffeeunternehmen vehement gegen den Begriff ‚Fairer Handel‘ gewehrt, da er ja impliziert, dass andere Produkte unfair gehandelt werden. Nestlé brachte sogar eine Broschüre heraus, um die Behauptungen des Fairen Handels zu widerlegen. Dann folgte ein Richtungswechsel im Sinne von *„wenn du sie nicht schlagen kannst, schließ dich ihnen an“*. Einige Unternehmen begannen damit, einen geringen Prozentsatz ihres Kaffees von Produzentinnen des Fairen Handels zu beziehen, oder zumindest einen Aufschlag zum Marktpreis zu bezahlen.

Jetzt argumentieren diese Firmen, ihr Fair Trade-Zweig bleibe deshalb so klein, weil es nur eine begrenzte Nachfrage gäbe. Diese Besitzer der großen Marken

wissen natürlich selbst sehr gut, dass man Nachfrage erzeugen und ankurbeln kann. Weltweit entscheiden sich Verbraucherinnen, wenn sie die Wahl haben, immer häufiger auf der Grundlage ethischer Prinzipien. Im Jahr 2001 sind, verglichen mit einem Gesamtwachstum des Kaffeeverbrauchs von 1,5 %, die Umsätze von fair gehandeltem Kaffee um 12 % gestiegen.¹⁰⁰

Röstkaffee aus dem Fairen Handel macht mittlerweile 7 % des Röstkaffeemarktes in UK und etwa 2 % des gesamten Kaffeemarktes aus. Cafédirect, eine führende Marke im Fairen Handel (an der Oxfam beteiligt ist), liegt auf dem UK-Kaffeemarkt an sechster Stelle – weit vor der italienischen Marke Lavazza¹⁰¹. In den USA ist im Verlauf der letzten drei Jahre ein Verkaufsanstieg im Fairen Handel zu beobachten. Mehr als 140 Firmen vertreiben die zertifizierten Produkte über ca. 10.000 Einzelhandelsfilialen im ganzen Land. Der Marktzuwachs lag allein 2001 bei 36 %. In Deutschland gibt es fair gehandelte Produkte mittlerweile in 22.000 Supermärkten und 800 Weltläden zu kaufen.¹⁰²

Der Faire Handel hat auch Kritiker: Hauptsächlich jene Ökonomen, die der Ansicht sind, dass die hohen Preise im Fairen Handel diejenigen Produzentinnen im Kaffeegeschäft halten, die sich eigentlich um Alternativen bemühen sollten, und dass damit das Überangebot langfristig vergrößert wird. Oxfam ist hingegen der Meinung, dass gerade wegen des Mangels an Alternativen und wegen fehlender staatlicher sozialer Sicherungssysteme der Faire Handel für arme Produzentinnen ein zu rechtfertigender und geeigneter Ansatz ist, die vom freien Markt verursachten sozialen Schäden zu begrenzen – unabhängig davon, ob Fairer Handel auf den gesamten Markt übertragbar ist oder nicht.

Wegen des fortdauernden Ungleichgewichts zwischen Angebot und Nachfrage kann der Faire Handel allein aber nicht die Lösung für die Krise auf dem Kaffeemarkt sein. Das heißt nicht, dass konventionelle Kaffeeunternehmen nicht bedeutend mehr Kaffee zu Bedingungen des Fairen Handels beziehen sollen. Das könnten und das sollten sie tun. Sondern es heißt, dass zusätzliche, breit angelegte Initiativen nötig sind, um das Gleichgewicht auf dem konventionellen Markt wiederherzustellen.

Spezialmarken erzielen hohe Preise

Einige Produktionsländer konnten von dem Markt für Spezialkaffees profitieren, indem sie für Qualitätskaffee ihres Landes erfolgreich einen Markennamen und eine Marktnische entwickelten. So hat Jamaika seinen „Blue Mountain-Kaffee“ und Indien seinen „Monsooned Malabar“ aufgebaut, beides hochgelobte Kaffees. In Kolumbien wurde mit Hilfe großer Investitionen in Marketing und Dienstleistungen für die Produzentinnen ein Qualitätskaffee entwickelt, der unter den Marken Juan Valdez und Café de Colombia verkauft wird. Aber sogar diese Erfolgsgeschichte blieb von der Krise nicht unberührt: Wegen sinkender Exporterlöse mussten die Marketingausgaben für „Juan Valdez“ eingeschränkt werden.

Alle auf dem gleichen Fluchtweg?

Hilfe für die Produzentinnen beim Einstieg in den Hochpreissektor des Marktes ist durchaus sinnvoll, denn dies ist der Marktbereich in den Konsumländern, der wächst. Unternehmen und Regierungen sowohl in den Konsum- als auch in Produktionsländern müssen sich jedoch klar darüber sein, dass dies nur Teil einer größeren Gesamtlösung sein kann.

Es können nicht alle in das Hochpreismarktsegment für Arabica-Spezialkaffee umsteigen, denn dann wäre es keine Marktnische mehr, in der man höhere Preise erzielen kann. Nischenmärkte allein können nicht die Lösung für die systemischen Probleme sein, von denen Millionen von Kaffeebäuerinnen betroffen sind. Das Phänomen, dass alle den gleichen Ausweg suchen – in der ökonomischen Wissenschaft als „fallacy of composition“ bekannt – ist seit langem ein besonderes Kennzeichen der internationalen Rohstoffproduktion und bisher von den internationalen Institutionen nicht erfolgreich bekämpft worden.

Auch hier haben Weltbank und IWF zur Krise beigetragen, weil sie die Kaffeeländer nicht angemessen über die Auswirkungen von Produktionssteigerungen auf den Weltmarktpreis berieten. Die Weltbank hat eine Abteilung, die sich ausschließlich damit befasst, Rohstoffpreise zu beobachten.¹⁰³ Deren Vorhersagen aber sind durchgängig zu optimistisch und geben den Produktionsländern damit irreführende Signale über bevorstehende positive Marktentwicklungen. Weltbank

und IWF veröffentlichten kürzlich eine Schätzung, nach der sich die Verluste bei Exporterlösen aufgrund gesunkener Rohstoffpreise für die 24 hoch verschuldeten ärmsten Länder (HIPC) für die Jahre 2000 und 2001 auf 1,5-2 % ihres Bruttoinlandsproduktes belaufen.¹⁰⁴ Sie haben die Geber dazu aufgerufen, zusätzliche Finanzmittel bereitzustellen, um solchen Ländern zu helfen, die unter dem Schock eingebrochener Rohstoffpreise leiden.

Es sollte eine zentrale Beratungsaufgabe dieser beiden internationalen Finanzinstitutionen sein, die kreditsuchenden Regierungen über Risiken und Nachteile von Produktionssteigerungen aufzuklären und ihnen Alternativen vorzuschlagen. Bisher sind sie dieser Aufgabe jedoch nicht gerecht geworden. In Burundi, dessen Exporterlöse zu 80 % vom Kaffee stammen, hat die Weltbank kürzlich einen Bericht veröffentlicht, der es versäumt, auf das Risiko der enormen Abhängigkeit des Landes von diesem Rohstoff hinzuweisen¹⁰⁵ – obwohl ein gesamter Abschnitt des Berichts eine Reihe anderer potentieller Risiken diskutiert. Ein weiterer Weltbankbericht bezeichnet Kaffee als eine „Quelle des Wachstums“.¹⁰⁶

Ähnlich in Äthiopien, wo eine von IWF und Weltbank vorbereitete und mit Äthiopien gemeinsam durchgeführte Bewertung einer vorläufigen Strategie zur Armutsbekämpfung das Problem der übermäßigen Abhängigkeit von der Kaffeeproduktion ebenfalls nicht angesprochen hat, und dies, obwohl auch die Regierung in ihren Plänen für „Agriculture Development-Led Industrialisation“ diese Abhängigkeit nicht als Problem erkennt.¹⁰⁷

Kein Anlass zur Tatenlosigkeit

Die großen Röster haben eindeutig dabei versagt, den ausgefahrenen Irrweg sinkender Preise und sinkender Qualität, in dem der Kaffeemarkt sich festgefahren hat, zu verlassen, was sicherlich auch für sie ein Geschäftsrisiko darstellt. Von einigen wurden *ad hoc* ein paar kleine Schritte zur Qualitätsverbesserung und zur Umweltverträglichkeit unternommen; bei weitem nicht genug, um eine Krise dieses Ausmaßes zu bewältigen.

Einzig Nestlé hat sich für die Notwendigkeit eines koordinierten, internationalen Ansatzes zur Regelung

des Kaffeeangebotes ausgesprochen. *„Nestlé ist gegen niedrige Preise, da sie nicht nur für Bäuerinnen schlecht sind, sondern auch für Nestlés Geschäft...Nestlé unterstützt daher Initiativen mit dem Ziel, das Angebot besser zu regulieren, Preisschwankungen zu reduzieren und Kaffeepreise innerhalb einer gewissen Preisspanne zu halten, die den Produzentinnen eine befriedigende Lebenssituation ermöglichen und ein Wachstum des Kaffeekonsums erlauben. Das schließt Abmachungen wie das Internationale Kaffee-Abkommen ein.“*¹⁰⁸

Alle Konzerne haben sehr lange gebraucht, um einzusehen, dass auch sie eine Verantwortung haben, etwas gegen das Elend der Bäuerinnen zu tun, und einige sehen es bis heute nicht ein. Auf dem Weltgipfel des US-amerikanischen Kaffeeverbandes im Februar 2002 unter dem Motto „Auf der Suche nach globalen Lösungen“ wurden von den Konzernen acht Möglichkeiten zur Problemlösung identifiziert. Darunter unter anderem: Schulungen für Bäuerinnen über Möglichkeiten zur Anbaudiversifizierung, Abschluss langfristiger, unabhängig ausgehandelter Verträge und für die Verbraucherinnen verbesserter Zugang, mehr Bequemlichkeit und eine größere Qualitätsauswahl. Von Dringlichkeit war dort allerdings nichts zu spüren. Die Vorstandssitzung zur Diskussion der drei wichtigsten Lösungsmöglichkeiten fand drei Monate später statt.

Es ist unbestreitbar, dass es keine einfache Lösung geben wird. Jedoch darf die Komplexität der Aufgabe nicht als Entschuldigung für Tatenlosigkeit gelten. Die Weltbank warnt: *„Wenn die aktuellen Tendenzen, wie von vielen vorhergesagt, andauern, könnte aus der Kaffeekrise eine tiefe soziale und ökologische Krise entstehen.“*¹⁰⁹ Um dies zu verhindern, bedarf es einer konzertierten internationalen Anstrengung, mit der alle wichtigen Beteiligten auf dem Kaffeemarkt und die Entwicklungsexperten an einen Tisch zusammengeführt werden. Die verschiedenen Akteure werden ihre unterschiedlichen, komplementären Rollen zur Problemlösung einbringen können. Am wichtigsten jedoch ist, dass endlich auch die Führungspersönlichkeiten des Welthandels und die großen Kaffeeröster dabei mitwirken.

4

Der Weg aus der Krise: Ein Aktionsplan





4. Der Weg aus der Krise: Ein Aktionsplan

Damit die Vision eines Kaffeemarktes, der auch für die Armen funktioniert, zur Realität wird, sind Taten gefordert – von vielen Akteuren und auf fünf Feldern:

- Das Gleichgewicht zwischen Angebot und Nachfrage muss wiederhergestellt werden.
- Die Qualität muss wiederhergestellt und die Produktivität gesteigert werden.
- Die Preise müssen angehoben und die Erwerbsgrundlagen wieder gesichert werden.
- In den Produktionsländern müssen Wertschöpfungsmöglichkeiten erhalten und ausgebaut werden.
- In der ländlichen Entwicklung müssen echte Alternativen entstehen.

Die Regierungen der Produzentenländer und die multilateralen Institutionen müssen die Kaffeekrise umgehend auf die politische Agenda setzen. Es muss klar werden, dass der Preisverfall bei Kaffee und anderen Rohstoffen ein lebenswichtiges Thema der Handelspolitik ist (wenn auch der weitgehend unregulierte Kaffeemarkt eigentlich nicht als WTO-Thema gilt). Die Verantwortlichen für Handelsfragen müssen Druck auf die großen Kaffeekonzerne ausüben, damit diese sich – im Zeichen sozialer Verantwortung und aufgeklärten Eigeninteresses – zu ihrer Verpflichtung und ihrer Rolle zur Lösung der Kaffeekrise bekennen.

Gleichgewicht zwischen Angebot und Nachfrage wiederherstellen

Oberste Priorität hat die Bereitstellung von Finanzmitteln zur Vernichtung von 5 Mio. Sack minderwertigen Kaffees aus den Lagern der Importländer. Die Vernichtung dieses Kaffees würde in etwa 100 Mio. US\$ kosten. Diese Aktion wäre ein sofortiges Signal für den Markt und könnte laut einer von der Internationalen Kaffee-Organisation in Auftrag gegebenen Wirtschaftlichkeitsanalyse eine Preissteigerung um 20 % auf die durchschnittlichen Preise von 2000/2001 bewirken. Für die Produktionsländer würde dies zusätzliche Exporterlöse von 700 bis 800 Mio. US\$ bedeuten.¹¹⁰

Erheblichen Handlungsbedarf gibt es für die Röster in dem von ihnen selbst anerkannten Zuständigkeitsbereich, nämlich der Erweiterung und Entwicklung des Kaffeemarktes. Ihre bisherigen Leistungen auf diesem Gebiet sind jämmerlich. Sie ließen zu, dass ihre Anteile am Getränkemarkt in reichen Ländern wie den USA immer weiter zurückgingen. Sie könnten sich sehr viel mehr der Entwicklung neuer Verbrauchermärkte in den Schwellenländern widmen, anstatt sich um die Anteile auf den traditionellen Märkten in den USA und Europa zu streiten.

Langfristig gesehen muss es zwischen den verschiedenen Akteuren sehr viel mehr Zusammenarbeit geben, damit marktorientierte Mechanismen gefunden werden und Angebot und Nachfrage nicht mehr derart aus dem Gleichgewicht geraten. Dies erfordert internationale Führungskompetenz, um alle Beteiligten zusammenzubringen. Resultierende Vereinbarungen müssen Marktinterventionen zur Steuerung des Angebots beinhalten.

Qualität wiederherstellen und Produktivität steigern

Um den Wert der Kaffeebohne wieder anzuheben, ist die Wiederherstellung der Qualität von zentraler Bedeutung. Der wichtigste Lösungsvorschlag für eine Bewältigung der Krise auf internationaler Ebene ist das Qualitätsverbesserungsprogramm der ICO. Es soll gegen Ende 2002 in Kraft treten und hat zum Ziel, Kaffeequalitäten unterhalb eines Minimalstandards vom Export auszuschließen.

Würde dieses Programm in vollem Ausmaße durchgeführt, so würde der internationale Markt um 3-5 % der Kaffeeproduktion entlastet und dem jetzt vorherrschenden, destruktiven Trend zur Produktion von minderwertigem Kaffee entgegengewirkt. Das Programm benötigt finanzielle Unterstützung für die Evaluierung seiner Auswirkungen auf arme Bäuerinnen sowie arme Länder und für Hilfen für arme Produzentinnen von Kaffee geringster Qualität, insbesondere Bäuerinnen mit begrenzter Technologie und in Ländern mit beschränkten einheimischen Märkten.

Das Potential zur Produktion von Kaffee mit sehr hoher Qualität liegt oftmals gerade im kleinbäuerlichen Bereich, weil hier die reifen Kirschen viel sorgfältiger gepflückt werden können, als auf großen, mechanisierten Plantagen. Bei vielen anderen qualitätsbestimmenden Faktoren benötigen die Kleinbäuerinnen aber Unterstützung und Strukturen, die ihnen eine Entlohnung ihrer höheren Qualität garantieren können. Beispiele dafür sind verbesserte Verarbeitungs- und Vermarktungsmethoden, technisches Fachwissen sowie eine verbesserte Verhandlungsposition durch Mitgliedschaft in einer Produzentinnen-Organisation.

Länder mit begrenztem Binnenmarkt benötigen Unterstützung, weil sie unter dem ICO-Programm ihren Kaffee niedrigster Qualität nicht mehr exportieren können und der einheimische Konsum diese Kaffeemengen nicht absorbieren kann.

Das ICO-Programm ist eine für die Produktionsländer äußerst wichtige Initiative, aber es fehlt immer noch die Unterstützung der Röster und der Regierungen in den Konsumländern. Ihr Beitrag – durch Ankauf und Kontrolle der importierten Qualitäten – wird für den Erfolg der Initiative entscheidend sein.

Möglicherweise wird auch eine Produktivitätssteigerung bei einigen besonders armen Bäuerinnen notwendig sein, zum Beispiel bei den Robusta-Produzentinnen in einigen afrikanischen Ländern. Jegliche staatliche Unterstützung in dieser Richtung muss jedoch so abgestimmt sein, dass die Angebotsüberschüsse nicht noch vergrößert werden. Durch Produktivitätssteigerungen und gleichzeitige Verringerung der Kaffeeanbaufläche können Flächen oder Finanzmittel für alternative Nutzung freigesetzt werden.

Ein Beispiel für Maßnahmen dieser Art ist ein Programm der Uganda Coffee Development Authority (UCDA), die Setzlinge einer produktiveren Kaffeessorte kostenlos an Bäuerinnen verteilte. Dieses Programm hat wohl mit dazu beigetragen, dass Kaffeebäuerinnen in Uganda heute die produktivsten in ganz Afrika sind. UCDA betreibt etwa 1.000 Baumschulen und wird 2002 voraussichtlich etwa 30 Mio. Pflänzchen an Bäuerinnen verteilen.

„Die staatliche Unterstützung hat wirklich geholfen, wir waren an einem Engpass angelangt. Bei so miserablen Kaffeepreisen können es sich Bäuerinnen nicht leisten, neue Pflanzen zu kaufen. Aber sie nehmen sie, wenn sie kostenlos sind“, sagt William Naggaga von der UCDA.¹³ Die ICO und der Common Fund for Commodities waren auch an Projekten zum Pflanzenschutz vor Schädlingen beteiligt, die ein riesiges Problem vor allem dann darstellen, wenn die Einkommen schon am Boden sind.

Von einigen Unternehmen wurden auch Finanzmittel für die Qualitätsverbesserung bereitgestellt. Procter & Gamble stiftete 1,5 Mio. US\$ an TechnoServe, und Starbucks sowie die Ford Foundation stellten Oxfam America 0,5 Mio. US\$ zur Verfügung. Beide Summen sind dazu bestimmt, Bäuerinnen zu helfen, die Qualität ihres Kaffees zu verbessern. Der entsprechende Nutzen für Bäuerinnen ist zwar beträchtlich, aber derartige vereinzelte Wohltaten von Unternehmen sind bei einer Krise dieses Ausmaßes nicht mehr als ein Tropfen auf den heißen Stein.

Preise anheben, Erwerbsgrundlagen wieder sichern

Rösterunternehmen könnten sich dazu verpflichten, Preise zu zahlen, die Bäuerinnen ein ordentliches Einkommen verschaffen, und sie könnten ihre Beschaffungskette so gestalten, dass Bäuerinnen einen größeren Anteil der Gewinne erhalten und ein faires Einkommen verdienen. Ein solches Einkommen müsste über den Produktionskosten liegen und auch Bedürfnisse wie Nahrung, Schulbildung, medizinische Versorgung und Unterkunft decken. Kalkulationen der Produktionskosten existieren bereits, erstellt sowohl von den Kaffeebehörden in den Produktionsländern als auch von den Röstern selbst. Sie sind allerdings von Land zu Land verschieden.

Diese Kosten für die Kleinbetriebe zu beziffern ist schwierig, weil viele ihrer Inputs nicht-monetär sind und die Kostenstrukturen sich von Großbetrieben unterscheiden. Aber diese Schwierigkeiten dürfen nicht als Entschuldigung für Untätigkeit herhalten.

In kaum einem anderen Sektor muss über die Notwendigkeit der Kostendeckung der Anbieter überhaupt ein Wort verloren werden. Aber in welcher Industrie gibt es auch schon Produzentinnen, die Jahr für Jahr mit Verlust weiterproduzieren?

Auch wenn Preise ansteigen, werden Bäuerinnen weiter dem Risiko der Preisschwankungen ausgesetzt sein. Um diesem Problem zu begegnen, wurde unter Führung der Weltbank eine Arbeitsgruppe gebildet. Sie bringt Versicherungs- und Finanzinstitutionen aus reichen und armen Ländern zusammen und führt zur Zeit in verschiedenen Ländern Pilotprojekte durch. Angestrebt wird, Bäuerinnen über marktorientierte Dienstleistungen einen Mindestpreis für ihren Kaffee zu sichern. Das Ergebnis einer entsprechenden Umfrage in Nicaragua zeigte, dass Bäuerinnen auch bei sehr niedrigen Preisen bereit sind, eine „Versicherungsprämie“ zu bezahlen, um sich kurzfristig einen fairen Kaffeepreis zu sichern. Durch Bezahlung dieser Prämie wäre die Bäuerin berechtigt, aber nicht verpflichtet, ihren Kaffee zu einem festen Preis zu verkaufen.

Wertschöpfungsmöglichkeiten erhalten und ausbauen

Eine der wenigen Möglichkeiten der Bäuerinnen, den Wert ihres Kaffees zu erhöhen, ist die Verarbeitung des Kaffees, damit die Qualität erkennbar wird. Der geschälte Kaffee erzielt einen besseren Preis pro Pfund als die unverarbeiteten Kirschen. So können selbst mit kleinen Investitionen in angepasste Technologien beachtliche Ergebnisse erzielt werden.

Beispielsweise hat in Kolumbien die Kaffee-Föderation eine tragbare, motorisierte Schälmaschine für Arabica-Kaffee entwickelt. Hätten mehr Kaffeebäuerinnen im ländlichen Raum Zugang zu dieser Maschine, könnten sie dadurch den Wert ihres Produktes deutlich steigern. Um sich den durch eine solche Investition erzeugten Mehrwert zu sichern, müssten Bäuerinnen natürlich auch auf Absatzmärkte gelangen, wo für höhere Qualität höhere Preise gezahlt werden.

Der schwierige Ausbau der Wertsteigerung in den Produktionsländer erfordert dringend mehr lokale Kaffeeverarbeitung. Aber auch Marketing und ‚branding‘ sowie neue Vermarktungswege und verbesserte Ansprache der Verbraucher.

Echte Alternativen für die ländliche Entwicklung

Produktionsländer, die einen machbaren Plan zur Verringerung der Kaffeeproduktion und zur Unterstützung ihrer ärmsten Bäuerinnen vorweisen können, sollten von den Gebern unterstützt werden. Vietnam zum Beispiel sprach kürzlich die Notwendigkeit der Reduzierung seiner minderwertigen und verlustreichen Robusta-Sorten an. Bei der Durchführung solcher Pläne wird für die Kosten der Übergangszeit und zur Diversifizierung Hilfe benötigt, mit besonderem Schwerpunkt auf die Unterstützung armer Frauen.

Bei den Bemühungen zur Diversifizierung auf andere Produkte als Kaffee sollten aber grundsätzlich die negativen Entwicklungen auf anderen Rohstoffmärkten beachtet werden. Ein integrierter Ansatz zur umfassenden Regelung der Rohstoffproblematik auf internationaler Ebene ist lange überfällig.

Schlussfolgerungen

In seiner gegenwärtigen Form erzeugt der Kaffeemarkt Armut und Elend in den Entwicklungsländern. So kann es nicht weitergehen. Der Kaffeemarkt muss für Arme wie Reiche gleichermaßen funktionieren.

Es gilt, die Gründe für das Scheitern vergangener Marktinterventionen zu verstehen und Lehren daraus zu ziehen. Doch es gilt ebenso, die aktuelle Krise zu bereinigen. Heute müssen einige der Ärmsten und Schwächsten dieser Erde mit einigen der Reichsten und Mächtigsten auf einem offenen Markt verhandeln. Es überrascht nicht, dass auf diese Weise die Armen immer ärmer und die Reichen immer reicher werden. Um diese Situation umzukehren, ist eine aktive Beteiligung aller Teilnehmer auf dem Kaffeemarkt vonnöten.

Das Jahr 2003 ist entscheidend. Die Produktionsländer haben beschlossen, das Rohkaffeeangebot durch höhere Qualitätsstandards zu verringern. Dieser Plan wird jedoch nur dann erfolgreich sein, wenn er auch von den Kaffeekonzernen und den reichen Ländern unterstützt wird und wenn parallel dazu Maßnahmen gegen die langandauernde ländliche Unterentwicklung getroffen werden.

Empfehlungen – Ein Kaffee-Rettungsplan

Ein Kaffee-Rettungsplan ist dringend notwendig, um Angebot und Nachfrage wieder ins Gleichgewicht zu bringen und um die ländliche Entwicklung zu fördern, damit Bäuerinnen und Bauern ein seriöses Einkommen aus der Kaffeeproduktion beziehen können. Der Plan muss die wichtigsten Akteure auf dem Kaffeemarkt zusammenbringen, um die gegenwärtige Krise zu überwinden und einen stabileren Markt zu schaffen.

Innerhalb eines Jahres und unter der Schirmherrschaft der ICO soll der Rettungsplan zu folgenden Ergebnissen führen:

1. Die Rösterkonzerne verpflichten sich zur Zahlung eines seriösen Preises an die Bäuerinnen und Bauern.
2. Die Rösterkonzerne handeln ausschließlich mit Kaffee, der den Standards des ICO-Qualitätsverbesserungsprogramms entspricht.
3. Als Sofortmaßnahme werden mindestens 5 Mio. Sack minderwertigen Kaffees, finanziert durch die Rösterkonzerne und die Regierungen der Konsumländer, vernichtet.
4. Ein Diversifizierungs-Fonds wird eingerichtet, um die Bäuerinnen und Bauern mit niedriger Produktivität bei der Schaffung alternativer Erwerbsmöglichkeiten zu unterstützen.
5. Die Rösterkonzerne verpflichten sich, zunehmend größere Mengen an Kaffee zu den Bedingungen des Fairen Handels direkt von Produzenten zu kaufen. Innerhalb eines Jahres soll dies für mindestens 2 % ihrer gesamten Rohkaffee-Einkäufe zutreffen und dann schrittweise ansteigen.

Der Rettungsplan soll Pilotcharakter für eine längerfristig angelegte Rohstoff-Management-Initiative haben, mit der die Rohstoffpreise erhöht und alternative Erwerbsgrundlagen für Bäuerinnen und Bauern geschaffen werden. Die Ergebnisse sollten folgendes beinhalten:

1. Die Regierungen der Produktions- und der Konsumländer führen Korrekturmechanismen ein, um Angebot und Nachfrage auszugleichen, damit die Produzenten seriöse Preise erzielen. In solchen Strukturen sollten die Bäuerinnen und Bauern angemessen vertreten sein.
2. Die Regierungen der Produktionsländer kooperieren, um zu verhindern, dass mehr Rohstoffe auf den Markt gelangen, als verkauft werden können.
3. Die Produktionsländer werden dabei unterstützt, ihren Anteil an der Wertschöpfung ihrer Rohstoffprodukte zu erhöhen.
4. Die Geber stellen umfangreiche Finanzmittel zur Verfügung, um die extreme Abhängigkeit der Kleinbäuerinnen und Bauern von landwirtschaftlichen Rohstoffen zu überwinden.
5. USA und EU hören auf, beim Agrarhandel mit „zweierlei Maß“ zu messen und damit den Handlungsspielraum der Entwicklungsländer einzuengen.
6. Die Unternehmen bezahlen seriöse Rohstoffpreise (über den Produktionskosten).

Der Kaffee-Rettungsplan wird nur dann erfolgreich sein, wenn alle Teilnehmer auf dem Kaffeemarkt aktiv beteiligt sind. Die folgenden Empfehlungen führen auf, was jede Interessensgruppe zu seinem Erfolg beitragen kann.

Die Kaffeeunternehmen

Die Rösterkonzerne - Kraft, Nestlé, Procter & Gamble, Sara Lee und Tchibo:

1. verpflichten sich, einen seriösen Preis an die Bäuerinnen und Bauern zu bezahlen.
2. verpflichten sich, erhebliche Ressourcen zur Bewältigung der Kaffeekrise bereitzustellen (einschließlich eines finanziellen Beitrags zur diesbezüglichen Entwicklungshilfe).

3. kennzeichnen ihre Kaffeeprodukte auf der Grundlage der Qualität.
4. verpflichten sich, zunehmend Kaffeemengen zu den Bedingungen des Fairen Handels direkt von den Produzenten zu kaufen. Innerhalb eines Jahres soll dies mindestens 2 % ihrer gesamten Rohkaffee-Einkäufe betragen und danach entsprechend jährlicher Vorgaben des Fairen Handels stufenweise erheblich ansteigen.
5. üben auf die US-Regierung Druck aus, um sie zum Wiederbeitritt zur ICO zu bewegen.
6. verpflichten sich zu eindeutigen, unabhängig nachprüfbar Richtlinien zur Achtung der Rechte von Wander- und Saisonarbeiterinnen und -arbeitern (einschließlich der Einhaltung der ILO-Konventionen).

Die Kaffee-Einzelhändler (Supermärkte und Kaffee-Bars):

1. fordern von ihren Kaffeelieferanten die Bezahlung seriöser Preise an die Produzenten.
2. werben für Kaffeemarken und -produkte aus dem Fairen Handel.
3. bestehen darauf, dass Kaffeeprodukte auf Grundlage ihrer Qualität gekennzeichnet werden.
4. Starbucks veröffentlicht die Ergebnisse seiner Studie über die kommerzielle Durchführbarkeit seiner Richtlinien für den Rohkaffee-Einkauf.

Regierungen und Institutionen

Die Internationale Kaffee-Organisation:

1. veranstaltet bis Februar/März 2003 zusammen mit der UNO (UNCTAD) unter der Schirmherrschaft von Kofi Annan und unter Beteiligung der Weltbank eine Konferenz zur Kaffeekrise auf höchster Ebene, mit der Bedingung, dass nur teilnehmen darf, wer die Bereitschaft und Fähigkeit zu konkreten Verpflichtungen einbringt.
2. definiert in Zusammenarbeit mit den Produktionsländern, den Organisationen des Fairen Handels und den Röstern ein seriöses Einkommen für die Produzenten.

3. führt, nach einer Abschätzung der Auswirkungen auf arme Kleinbäuerinnen und Kleinbauern, ihr Qualitätsverbesserungsprogramm ein.

Die Weltbank:

1. unterstützt die Produktionsländer bei der Bewältigung der kurzfristigen Auswirkungen des Kaffeepreisverfalls und berücksichtigt auch bereits im Rahmen der Implementierung der Strategiepapiere zur Armutsbekämpfung (PRSP) Aspekte der ländlichen Entwicklung. Die Weltbank entwickelt gemeinsam mit dem IWF eine langfristige, integrierte Strategie zur Lösung der Rohstoffproblematik.
2. berücksichtigt bei der weiteren Überprüfung der HIPC-Schuldenerlass-Initiative die wegen des Rohstoffpreisverfalls zu erwartenden Rückgänge der Exporterlöse. Sie stellt sicher, dass Länder, bei denen zwischen dem „Decision Point“ (Zeitpunkt der Entscheidung über einen Schuldenerlass) und dem „Completion Point“ (Zeitpunkt des faktischen Schuldenerlasses) die Rohstoffpreise stark abgefallen sind, am Completion Point automatisch einen zusätzlichen Schuldenerlass erhalten, um das festgelegte Schulden-Export-Verhältnis von 150 % erreichen zu können.
3. beteiligt sich an einer großen internationalen Konferenz zum Thema Kaffee, die bis Februar/März 2003 von den Vereinten Nationen (UNCTAD) und der ICO organisiert wird.

Die UN-Konferenz zu Handel und Entwicklung (UNCTAD):

1. entwickelt eine langfristige, integrierte Strategie zur Lösung der Rohstoffproblematik.
2. veranstaltet bis Februar/März 2003 gemeinsam mit der ICO eine große, internationale Konferenz zum Thema Kaffee.

Die Regierungen der Produktionsländer:

1. kooperieren, um zu verhindern, dass mehr Rohstoffe auf den Markt gelangen, als verkauft werden können.
2. rücken die Diversifizierung in den Mittelpunkt ihrer Armutsbekämpfungsstrategien.

3. stellen Unterstützung für die Bäuerinnen und Bauern, die aus dem Kaffeemarkt aussteigen müssen, zur Verfügung. Dabei werden Frauen, die auf Familienbetrieben zurückbleiben, besonders berücksichtigt.

4. stellen die von Bäuerinnen und Bauern dringend benötigten Agrardienstleistungen bereit, die unter anderem Folgendes enthalten:

- technisches Fachwissen und Vermarktungsinformationen
- Kreditprogramme und Unterstützung für das Schuldenmanagement

Die Bedürfnisse von weiblichen Kaffeebauern finden im Rahmen dieser Beratungsdienste besondere Berücksichtigung.

5. verhängen Sanktionen gegen wettbewerbsfeindliche Handelspraktiken, die Kleinbäuerinnen und Kleinbauern schaden.

6. überprüfen die Auswirkungen des Qualitätsverbesserungsprogramms der ICO auf die Kleinbauern und insbesondere die Kleinbäuerinnen.

7. schützen die Rechte von Saison- und Plantagenarbeiterinnen und -arbeitern und stellen sicher, dass eine nationale Arbeitsgesetzgebung, im Einklang mit den ILO-Konventionen, verabschiedet und implementiert wird. Besondere Aufmerksamkeit soll auf die Rechte von Frauen gerichtet werden.

8. fördern Vereinigungen und Unternehmen von Kleinproduzentinnen und -produzenten, damit die Stellung armer Bäuerinnen und Bauern auf den nationalen Kaffeemärkten gestärkt wird.

Die Regierungen der Konsumländer:

1. tragen sowohl politisch als auch finanziell zur Beseitigung des Überangebots auf dem Kaffeemarkt bei, unter anderem durch:

- die politische und finanzielle Unterstützung des ICO-Qualitätsverbesserungsprogramms (einschließlich Qualitätskontrollen des Rohkaffees, der aus den jeweiligen Produktionsländern eingeführt wird, sowie die sofortige Veröffentlichung dieser Informationen)

- die Aufhebung bestehender Zollschränken
- die Vernichtung von Kaffeebeständen der geringsten Qualität

2. unterstützen die ICO als ein Forum für Produzenten und Konsumenten, um gemeinsam die Kaffeekrise zu bewältigen.

3. stellen zusätzliche Mittel für die Entwicklung und die Sicherung der Erwerbsgrundlagen im ländlichen Raum im Rahmen der Öffentlichen Entwicklungshilfe bereit.

4. schaffen Anreize für die Rösterkonzerne, damit diese Technologietransfers und die Verlagerung von wertsteigernden Verarbeitungsvorgängen in die Entwicklungsländer vornehmen.

Die Verbraucher:

1. kaufen mehr Kaffee aus Fairem Handel.

2. fordern Einzelhändler dazu auf, mehr Produkte aus dem Fairen Handel zu führen.

3. fordern von den Kaffeeunternehmen eine Preispolitik, die den Bäuerinnen und Bauern ein seriöses Einkommen garantiert.

4. fordern sowohl von den Einzelhändlern als auch den Röstern, dass Kaffeeprodukte nach ihrer Herkunft gekennzeichnet werden.

5. fordern die Verwalter von Rentenfonds auf, die unten aufgeführten Punkte aufzugreifen.

Die Investoren:

1. fordern Rösterkonzerne im Sinne eines nachhaltigen Kaffeemarktes dazu auf, ihre Beschaffungskette so zu organisieren und ihre Preise so zu gestalten, dass diese über den Produktionskosten liegen, und die Arbeitsrechte von Kaffeearbeiterinnen und -arbeitern einzuhalten.

2. vertreten gegenüber den Kaffeeunternehmen, in die sie investieren, die Meinung, dass die Verbesserung der Lebensbedingungen armer Bäuerinnen und Bauern, im Zusammenhang mit Einkaufspreispolitik und Beschaffungsmanagement, das Kriterium für die Bewertung des Images ist.

Fußnoten

- ¹ Im gesamten Text steht in der Regel die weibliche Mehrzahl für Männer und Frauen.
- ² Analysebericht der Deutschen Bank: „Soluble Coffee: A Pot of Gold?“, 2. Mai 2000
- ³ Geschäftsbericht 2001, Tchibo Holding, S. 5
- ⁴ Hintergrundstudie von Oxfam in Brasilien, Februar 2002
- ⁵ Oxfam Report, Bitter Coffee, Mai 2001
- ⁶ Quelle: FAO, ICO und Weltbank 1997-98
- ⁷ Oxford Analytica, Latin America Daily Brief, 19. Juni 2002
- ⁸ „Arbeits- und Lebensbedingungen in der großbetrieblichen Kaffeeproduktion von Mittelamerika“, Stamm/Liebig./Schmidt, DIE Bonn 2002, S. 8
- ⁹ Hintergrundstudie von Oxfam in Brasilien, Februar 2002
- ¹⁰ Business India, Mai 2002
- ¹¹ Hintergrundstudie zu den Auswirkungen veränderter Kaffeepreise bei Bäuerinnen in der Provinz Dak Lak, April 2002, sowie Forschungsergebnisse von ICARD
- ¹² Interviews, gesammelt von Oxfam Amerika, Mai 2002
- ¹³ Dow Jones-Meldungen, 29. Mai 2002
- ¹⁴ Oxfam-Hintergrundstudien in Äthiopien, April 2002
- ¹⁵ Dow Jones-Meldung: „Gesunkene Kaffeepreise und Dürre verursachen 30.000 Hungernde in Honduras“, 25. 3. 2002
- ¹⁶ Oxford Analytica, Daily Brief, „Central America – the coffee crisis“, 19. Juni 2002
- ¹⁷ Oxfam-Hintergrundstudie in Uganda, Februar 2002
- ¹⁸ Meldung des Integrated Regional Information Network IRIN, UN Nairobi, 23. Januar 2002
- ¹⁹ „Arbeits- und Lebensbedingungen in der großbetrieblichen Kaffeeproduktion von Mittelamerika, Stamm/Liebig./Schmidt, DIE Bonn 2002, S. 19ff
- ²⁰ „The Coffee Market – A Background Study“, 2001, Oxfam, Oxford
- ²¹ „The Coffee Crisis in Perspective“, Panos Varangis/Bryan Lewin, Weltbank, 9. März 2002
- ²² Oxford Analytica, Latin America Daily Brief, 19. Juni 2002
- ²³ Business India, Mai 2002
- ²⁴ Zum Schutz der Person wurde der Name geändert.
- ²⁵ „Managing the Competitive Transition of the Coffee Sector in Central America“, Diskussionspapier von USAID, Weltbank und IADB, Antigua/Guatemala, 3. – 5. April 2002
- ²⁶ Von 1999/2000 bis 2000/2001, Zahlen von ICO
- ²⁷ Ugandan Coffee Development Authority, zitiert von der Nachrichtenagentur AFP, 10. Juni 2002, Kampala, Uganda
- ²⁸ Von 1999/2000 bis 2000/2001, Zahlen von ICO
- ²⁹ Zahlen der Weltbank
- ³⁰ Statement auf der Mittelamerika-Kaffee-Konferenz vom 3. – 5. April 2002, durchgeführt von IADB, Weltbank und USAID.
- ³¹ Rohstoffbörsen-Website, Regierungs-Nothilfe-Datenblatt, Aktualisiert am 15.01.2002
- ³² Ebd.
- ³³ Ebd.
- ³⁴ Die Daten beziehen sich auf Anbaujahre. „Letztes Jahr“ bedeutet 2000/2001
- ³⁵ FO Licht: Schätzungen zur Weltkaffeeproduktion
- ³⁶ Verband der kaffeeproduzierenden Länder und Oxford Analytica
- ³⁷ „Bumper Brazilian crop prompts fear of glut“, Financial Times, 7. Juni 2002
- ³⁸ 1 lb = 0,4536 kg; 1 kg = ca. 2,2 lb
- ³⁹ Dies wird aus den Angaben für Brasilien für die Anbausaison 2002/2003 hervorgehen.
- ⁴⁰ Oxfam Interview, Frühjahr 2002
- ⁴¹ Wirtschaftsuntersuchungsdienst USDA, Landwirtschaftliche Prognosen („Agricultural Outlook“), März 1999.
- ⁴² Die Zahlen sind von der Internationalen Kaffeeorganisation (ICO), in Nominalwerten
- ⁴³ In diesem Prozentverhältnis ist der Gewichtsverlust beim Rohkaffee, der durch Röstung und Trocknung entsteht, berücksichtigt.
- ⁴⁴ Hintergrunduntersuchung von Oxfam in Peru, Februar 2002.
- ⁴⁵ Prozentangabe für Deutschland, berechnet von Oxfam Deutschland auf der Grundlage des durchschnittlichen Einzelhandelspreises für Röstkaffee in Deutschland in 2001 aus ICO-Statistik: US\$ 7,012 pro kg.
- ⁴⁶ Diese Untersuchung wurde von Karen St Jean Kufuor, Warenökonomin und Gutachterin, durchgeführt.
- ⁴⁷ „Sustainable Coffee Survey of the North American Speciality Industry“, Daniele Giovannucci, Juni 2001
- ⁴⁸ Analysebericht der Deutschen Bank: „Soluble Coffee: A Pot of Gold?“, 2. Mai 2000
- ⁴⁹ Gewinn definiert als Erlös nach Abzug von Betriebskosten wie Marketing, Löhne und Gehälter sowie Weiterverarbeitung.
- ⁵⁰ Gewinn vor Zinsen und Steuern
- ⁵¹ Finanzbericht für 9 Monate des Finanzjahres 2002, bis März 2002
- ⁵² Ebd.
- ⁵³ Forschungsergebnisse von Key Note, zitiert aus: „Who Gains when Commodities are De-commodified?“, R. Fitter & R. Kaplinski, IDS, 2001
- ⁵⁴ „Raising Nestlé price target to SFr410“, Untersuchung von Morgan Stanley über Nahrungsmittelproduzenten, 12. Februar 2002
- ⁵⁵ Stellungnahme von Nestlé gegenüber Oxfam, 18. Juli 2002
- ⁵⁶ „Coffee Markets in East Africa: Local Responses to Global Challenges or Global Responses to Local Challenges“, Stefano Ponte, Centre for Development Research, Arbeitspapier 01.5, Kopenhagen, September 2001
- ⁵⁷ Interview mit Oxfam in Cincinnati am 11. Juni 2002
- ⁵⁸ Stellungnahme von Nestlé gegenüber Oxfam, 18. Juli 2002
- ⁵⁹ Natur-Kaffee: Arabica Kaffeebohnen werden über Sonnentrocknung aus der Kirsche herausgelöst und enthäutet. Der entstehende Geschmack kann u.U. herber ausfallen als beim Vorgang des Waschens, bei dem die Kaffeebohne vom Fruchtfleisch der Kirsche befreit und vor dem Enthäuten fermentiert wird.
- ⁶⁰ „Managing the Competitive Transition of the Coffee Sector in Central America“: Diskussionspapier von USAID, Weltbank und IADB, ausgearbeitet für den Regional-Workshop zur Kaffeekrise und ihre Auswirkungen auf Zentralamerika, Antigua, Guatemala, 3.-5. April 2002
- ⁶¹ „The Coffee Crisis in Perspective“, Panos Varangis / Bryan Lewin, Weltbank, 9. März 2002
- ⁶² „Germany, Market Strength“, Bernhard Benecke, Coffee and Coca International, Juni 2000
- ⁶³ Oxfam-Hintergrundstudie in Uganda, Februar 2002
- ⁶⁴ „Presentation of Activities in Three Different Countries“, beim Treffen mit Oxfam von Kraft Foods Dritte Welt-Aktivitäten überreichtes Dokument, 8. April 2002
- ⁶⁵ Ebd.
- ⁶⁶ FO Licht International Coffee Report, 18. April 2002, „Market Overview“ von Peter Buzzanell
- ⁶⁷ Grafiken von ACPC
- ⁶⁸ „Managing the Competitive Transition of the Coffee Sector in Central America“, Diskussionspapier von USAID, Weltbank und IADB, ausgearbeitet für den Regional-Workshop zur Kaffeekrise und ihre Auswirkungen auf Zentralamerika, Antigua/ Guatemala, 3.-5. April 2002
- ⁶⁹ FO Licht International Coffee Report, 18. April 2002, „Market Overview“ von Peter Buzzanell
- ⁷⁰ „Natural Enemies, Natural Allies“, P.S. Baker, J. Jackson, S. Murphy

- ⁷¹ Weltbank Kaffeepäsentation für die Coffee Association, 2002
- ⁷² Hintergrundstudie von Oxfam in Äthiopien, April 2002
- ⁷³ ‚Dealing with Commodity Price Volatility in Developing Countries‘, Internationale Task Force zum Rohstoffrisikomanagement in Entwicklungsländern, Weltbank, 1999
- ⁷⁴ ‚New World Bank Reports confirm that the HIPC initiative is failing‘, Romily Greenhill, Jubilee, April 2002
- ⁷⁵ Daten von ICO
- ⁷⁶ FAO Gutachten ‚Back to Office Report by World Bank Officials‘, März 2002
- ⁷⁷ Tea and Coffee Trade Journal, Dezember 2001
- ⁷⁸ Diese Zahlen wurden von der Europäischen Kaffee-Föderation zur Verfügung gestellt. Erst vor kurzem hat die EU eine Quote für löslichen Kaffee eingeführt, innerhalb derer für eine bestimmte Menge der Nulltarif gilt. Von einem sehr großen Teil dieser Quote profitiert Brasilien.
- ⁷⁹ ‚Coffee Markets in East Africa: Local Responses to Global Challenges or Global Responses to Local Challenges‘, Stefano Ponte, Centre for Development Research, Arbeitspapier 01.5, Kopenhagen, September 2001
- ⁸⁰ Oxfam-Hintergrundstudie in Peru, Februar 2002
- ⁸¹ ‚Coffee Markets in East Africa: Local Responses to Global Challenges or Global Responses to Local Challenges‘, Stefano Ponte, Centre for Development Research, Arbeitspapier 01.5, Kopenhagen, September 2001
- ⁸² ‚Quality, Marketing Structure and Farmer Remuneration in Cocoa and Coffee‘, Seminarpapier, Christopher Gilbert, ESI & FEWEB, Vrije Universiteit, Amsterdam, April 2002
- ⁸³ Ebd.
- ⁸⁴ Hintergrunduntersuchung von Oxfam in Honduras, März 2002
- ⁸⁵ Hintergrunduntersuchung von Oxfam in Äthiopien, April 2002
- ⁸⁶ Oxfam Interviews in den Provinzen Dak Lak, Buonson und Cumgar, Mai 2002
- ⁸⁷ Hintergrunduntersuchung von Oxfam in Peru, Februar 2002
- ⁸⁸ Hintergrunduntersuchung von Oxfam in Äthiopien, April 2002
- ⁸⁹ Von Oxfam Amerika während der SCAA-Konferenz gesammelte Interviews, Mai 2002
- ⁹⁰ ‚Aid To Agriculture‘, OECD, Dezember 2001.
<http://www.oecd.org/pdf/M00029000/M00029854.pdf>
- ⁹¹ Anmerkung der IFAD bei der Internationalen Konferenz zur Entwicklungsfinanzierung in Mexiko, März 2002 (IFAD website)
- ⁹² ‚Rigged Rules and Double Standards: Trade, Globalisation, and the Fight Against Poverty‘, April 2002, Oxford: Oxfam
- ⁹³ Ebd.
- ⁹⁴ ‚An Oversupply of Coffee Beans Deepens Latin America’s woes‘, Peter Fritsch, Wall Street Journal, 8. Juli 2002
- ⁹⁵ 1 lb = 0,4536 kg
- ⁹⁶ ‚Connoisseurs Lift Coffees to Vintage Status‘, Adrienne Roberts und Andrew Bounds, Financial Times, 5. Juli 2002
- ⁹⁷ Offizieller Preis der FLO
- ⁹⁸ NRI/DFID Studie zum Fairen Handel
- ⁹⁹ Kraft Foods und Third World Engagement
- ¹⁰⁰ Diese Zahlen beziehen sich auf zertifizierten FLO-Kaffee (volumes sold under labels).
- ¹⁰¹ Zahlen von DataMonitor, März 2002
- ¹⁰² Jahresbericht 2001, TransFair e.V. / RUGMARK
- ¹⁰³ Diese Abteilung gehört zum Arbeitsbereich ‚Development Prospects‘ der Weltbank. Siehe Website: <http://www.worldbank.org/prospects/indexold.htm>
- ¹⁰⁴ ‚The Enhanced HIPC Initiative and the Achievement of Long-term External Debt Sustainability‘, Weltbankpapier zum Frühjahrstreffen 2002
- ¹⁰⁵ ‚Burundi Transitional Support Strategy‘, Weltbank Februar 2002
- ¹⁰⁶ ‚Burundi: An interim strategy 1999-2001‘, Weltbank, Juli 1999

- ¹⁰⁷ ‚Interim Poverty Reduction Strategy Paper‘, IWF und IDA Joint Staff Assessment, Januar 2001
- ¹⁰⁸ ‚Low Coffee Prices: Causes and Potential Solutions‘, Nestlé Präsentation vor der europäischen CSR, 12. Juli 2002
- ¹⁰⁹ ‚The Coffee Crisis in Perspective‘, Panos Varangis und Bryan Lewin, Weltbank, 9. März 2002
- ¹¹⁰ Dies basiert auf einem Rechenmodell von Prof. Christopher Gilbert. Es wird angenommen, dass mit jeder Vernichtung von einer Million Sack Kaffee der ‚ICO-composite price‘ um 2 cents/lb ansteigt. Die Analyse wurde 2001 durchgeführt. Die von Oxfam verwendete Zahl für die Vernichtungskosten ist 15 cents/lb. Der Anstieg der Exporterlöse basiert – unter Verwendung von ICO-Daten – auf den Rohkaffeezahlen von 2000/2001 von 84,189 Mio. Sack Kaffee und dem durchschnittlichen ‚ICO-composite price‘ von 47,84 cents / lb. Das ergibt einen Exporterlös für Rohkaffee im Jahr 2000/2001 von 5,134 Mrd. US\$. Oxfam geht für 2001/2002 von konstanten Exportmengen aus, zieht die zu vernichtenden 5 Mio. Sack jedoch ab. Daraus ergeben sich 79,189 Mio. Sack zum verbesserten Neupreis von 57,84 cents/lb, so dass die Rohkaffeeexporte einen Wert von 6,043 Mrd. US\$ annehmen. Noch etwas höher wäre der Zusatzgewinn, wenn in den Gesamtexport die 5 Mio. Sack des in den Produktionsländern verarbeiteten Kaffees mit einbezogen würden.
- ¹¹¹ Oxfam-Hintergrundstudie in Uganda, Februar 2002

Hintergrundstudien

Casasbuenas, C. (2002), „Coffee in Honduras: Crisis or Opportunity?“

Crabtree, J. (2002), „Interviews with Coffee Farmers in Peru“, (in Spanisch) und „Interviews with Coffee Industry Figures in Peru“, (in Englisch)

ICARD (2002), „Impacts of Trade Liberalisation on Coffee Farmers in Dak Lak Province“, (erhältlich später in 2002 vom Ministerium für Landwirtschaft und ländliche Entwicklung, Vietnam)

INESA (2002), „Le Café en Haiti: Situation Actuelle et Plaidoyer pour une Amélioration de la Situation Socio-économique des Producteurs“, (in Französisch und Englisch)

Jean-Kufuor, K. S. (2002), „Coffee Value Chain“

Knight, P. (2002), „Interviews with Coffee Industry Figures in Brazil“

Mayne, R. (2002), „The Coffee Crisis in Kafa Province of Ethiopia“

Oxfam (2001), „The Coffee Market: A Background Study“

Oxfam (2001), „Bitter Coffee: How the Poor are Paying for the Slump in Coffee Prices“, (in Spanisch und Englisch)

Pérez-Grovas, V., E. Cervantes und J. Burstein (2001), „Case Study of the Coffee Sector in Mexico“, Oxfam, Oxford

Sayer, G. (2002), „Coffee Futures: The Impact of Falling World Prices on Farmers, Millers and Exporters in Uganda“, Oxfam, Oxford

Oxfams Projektarbeit mit Kaffeeproduzentinnen

Mit jährlich 1,6 Mio. US\$ unterstützt Oxfam eine Reihe von Entwicklungsprojekten in Kaffeeanbauregionen in Mittelamerika, Mexiko und der Karibik, in Südamerika, in Ostasien, am Horn von Afrika und in Ostafrika. Durch die Programme soll die Position von armen Kleinbäuerinnen auf dem Markt gestärkt werden. Dies geschieht durch die Vermittlung von technischem und betriebswirtschaftlichem Fachwissen sowie durch Unterstützung ihrer Forschungs-, Lobby- und Kampagnenarbeit. Darüber hinaus hilft Oxfam armen Kleinbäuerinnen, die Qualität ihrer Produkte zu verbessern und ihren Anbau über Kaffee hinaus zu diversifizieren.

Oxfam ist ein Partner des Fairen Handels, der einen wichtigen Beitrag zur Verbesserung der Lebensbedingungen vieler armer Kaffeebäuerinnen auf der ganzen Welt leistet. Oxfam fördert die Netzwerke des Fairen Handels, die sich in mehreren Regionen entwickelt haben, um konkrete Unterstützung und Stärkung von Produzentinnen in verschiedenen Kaffeeregionen der Welt zu erreichen und um darüber hinaus die grundlegenden Probleme des Welthandels anzugehen.

