



fair ever coffee

Ausstellung zum Thema erstellt und unterstützt von



oew 
Organisation für Eine solidarische Welt
Organizzazione per Un mondo solidale

AUTONOME
PROVINZ
BOZEN
SÜDTIROL



PROVINCIA
AUTONOMA
DI BOLZANO
ALTO ADIGE

Die Initiative wird vom Land Südtirol,
Präsidium und Außenbeziehungen,
Amt für Kabinettsangelegenheiten,
Entwicklungszusammenarbeit unterstützt.



Die Welt liebt Kaffee.

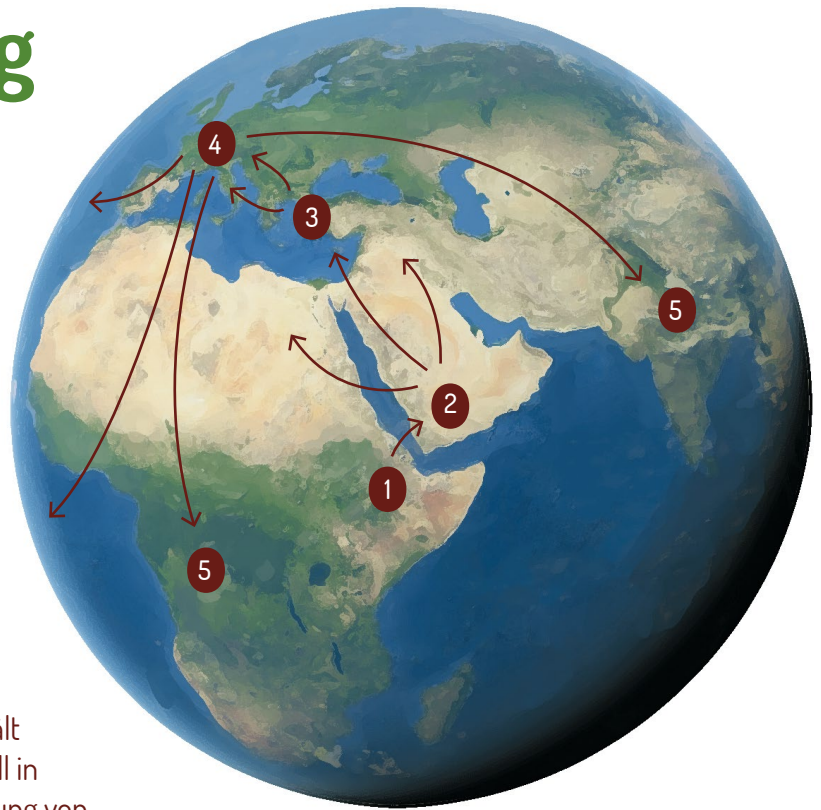
Kaffee ist, gemessen an seinem Handelswert, nach Rohöl der zweitwichtigste Rohstoff aus Ländern des Globalen Südens und eines der wichtigsten Handelsgüter überhaupt. Weltweit werden **tagtäglich rund 1,6 Milliarden Tassen Kaffee** getrunken. Italiener*innen liegen mit einem geschätzten Pro-Kopf-Konsum von 4,7 Kilogramm an elfter Stelle.

Ob als Wachmacher am Morgen, zur Kaffeepause bei der Arbeit, als Energiebooster nach dem Mittagessen oder zum Kaffeekränzchen mit Freund*innen: Das koffeinhaltige Heißgetränk zählt zu den beliebtesten Getränken weltweit. So präsent der Kaffee in unserem Alltag ist, so sind es auch die Missstände im Kaffeegeschäft. Kleinproduzent*innen leiden seit Jahren unter niederen Kaffeepreisen, sodass sich der Kaffeeanbau für sie wirtschaftlich kaum noch lohnt. Sie verdienen nur einen Bruchteil der von Röstereien und Einzelhändler*innen generierten Wertschöpfung. Der Klimawandel verschärft die bereits prekäre Lebenssituation vieler Produzent*innen.

Die Kampagne **fairever coffee** stellt den Weg der Kaffeebohne bis zum geliebten Espresso dar, zeigt die Missstände des internationalen Kaffeemarktes auf und beschreibt einen Lösungsansatz nach den Prinzipien des Fairen Handels.

**Sind wir gewillt,
den wahren Preis
für unseren Espresso
zu bezahlen?**

Ein Getränk bringt Revolution, aber auch Unterdrückung



1 Der Legende nach wurde in den Hochländern der einstigen äthiopischen Provinz Kaffa der erste Kaffee gebräut. Von dort erhält das Getränk auch seinen Namen. Ein Hirte soll in Kaffa im 8. Jahrhundert die anregende Wirkung von Kaffee entdeckt haben, nachdem eine seiner Ziegen nach dem Verzehr von Früchten eines Kaffeestrauches umherzuspringen begann.

2 Im 12. und 13. Jahrhundert brachten Händler den Kaffee nach Jemen und versuchten sich mit dem Anbau der Pflanze in Kaffeepflanzungen. Dort genossen Sufis bei ihren nächtlichen und mystischen Ritualen das bittere Getränk, das aufgrund des Koffeins sehr anregend wirkte, um sich während der stundenlangen Gebete wach zu halten. Strenggläubige Muslime glaubten, der schwarze Trunk sei eine Droge und ließen die Sufis bestrafen und die Kaffeebohnen vernichten.


3 Im Lauf der Jahrhunderte verbreitete sich das koffeinhaltige Getränk durch muslimische Pilger und Händler im Norden Afrikas und im Nahen Osten. 1554 entstand in Konstantinopel, dem heutigen Istanbul, das erste Kaffeehaus auf europäischem Boden.

4 Mitte des 17. Jahrhunderts entstanden weitere Kaffeehäuser in Venedig, Oxford, London, Marseille, Wien und Paris. Kaffeegenuss war damals den Wohlhabenden vorbehalten und Kaffeehäuser wurden Treffpunkte. Kaffeehäuser wurden zu Zentren politischer Aktivität. Es wird vermutet, dass der Kaffeekonsum und die Kaffeehauskultur zur französischen Revolution und zur amerikanischen Unabhängigkeit geführt haben.


5 Natürlich gedieh die Kaffeepflanze in Europa aufgrund der kalten winterlichen Temperaturen nicht. So wurde sie im Zuge des Kolonialismus in die am Äquator liegenden Kolonialländer gebracht. Dort wurden die Menschen für die Arbeit auf den Plantagen bis zum Ende des 19. Jahrhunderts (und darüber hinaus) als Sklav*innen missbraucht.


Von der Kirsche...



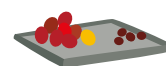
 Kaffeegürtel wird die Zone um den Äquator genannt, in der Kaffee erfolgreich angebaut wird.

 Vom kleinen Setzling bis zur ersten Ernte vergehen 3 bis 5 Jahre.

 Die Kaffeekirsche benötigt etwa 8 bis 10 Monate, um zu reifen. Dabei verändert sie ihre Farbe von grün bis leuchtend rot.

 Bei der händischen Kaffeeernte werden nur reife Kirschen gepflückt, die Ernte findet in Etappen statt.

Deshalb ist sie sehr zeit- und arbeitsaufwendig, dafür ist die Kaffeequalität aber besonders hochwertig. Reife als auch unreife Kaffeeernte werden bei der Strip-Pflückung und der maschinellen Ernte in einem Vorgang geerntet.



Nach der Aufbereitung der Kaffee-kirsche, dem Trennen von Fruchtfleisch und Kaffeesamen, werden die Kaffeebohnen gereinigt und nach Qualität sortiert.

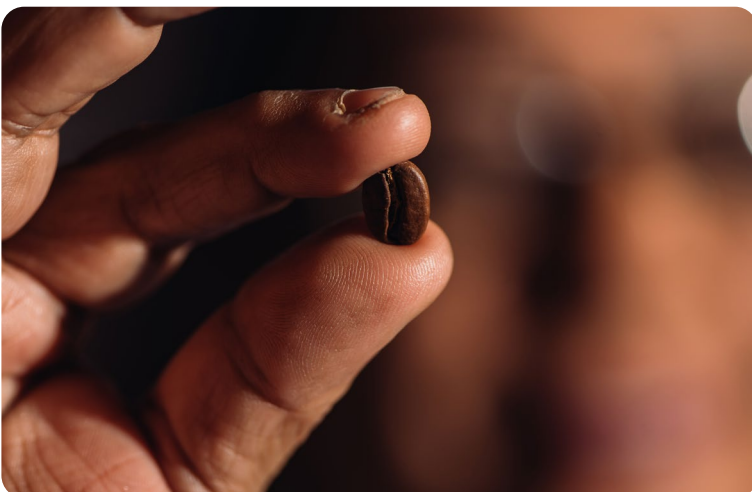
...zum koffeinhaltigen Getränk



Der Transport von den Produktionsländern nach Europa dauert 2 bis 3 Wochen.



Anschließend wird der Rohkaffee in Röstereien geröstet. Erst durch die Röstung und den sogenannten Maillard-Effekt entstehen die rund 850 Aromastoffe des Kaffees. Das Rösten ist das A und O des späteren Kaffeearomas. Dauer und Temperatur haben erheblichen Einfluss auf den nachträglichen Geschmack des Kaffees.



Hell gerösteter Kaffee ist milder und fruchtiger im Geschmack, während dunkel gerösteter Kaffee deutlich kräftiger schmeckt und ausgeprägte Bitterstoffe entwickelt.



Der italienische Espresso besitzt einen hohen Röstgrad und dadurch auch eine ausgeprägte Bitternote.

Bohne ist nicht gleich Bohne

Von den rund 124 Coffea-Arten sind lediglich Coffea arabica (Arabica) und Coffea canephora (Robusta) wirtschaftlich bedeutsam.



Die Kaffeeart Arabica wird vor allem in Südamerika angebaut und macht 61 Prozent des Weltmarkts aus.

Robusta wächst vorzugsweise in Asien, vor allem in Vietnam, der Nummer zwei unter den Produzent*innen.

 Hochlandkaffee

 Tieflandkaffee

 Anfälliger für Krankheiten

 Robuster im Anbau


 Längliche Form, geschwungene Furche

 Runde Form, gerade Furche

 Weniger Koffein, mehr Fette und Kaffeeöle

 Mehr Koffein, weniger Fette und Kaffeeöle

 Breites Geschmacksspektrum, von süß bis säuerlich bis würzig und fruchtig

 Bitter im Geschmack, wird für Mischungen mit starkem Charakter verwendet (Espresso)

 Gilt als hochwertiger

 Sorgt für eine schöne Crema

Krankheiten, Schädlinge und Wetterextreme

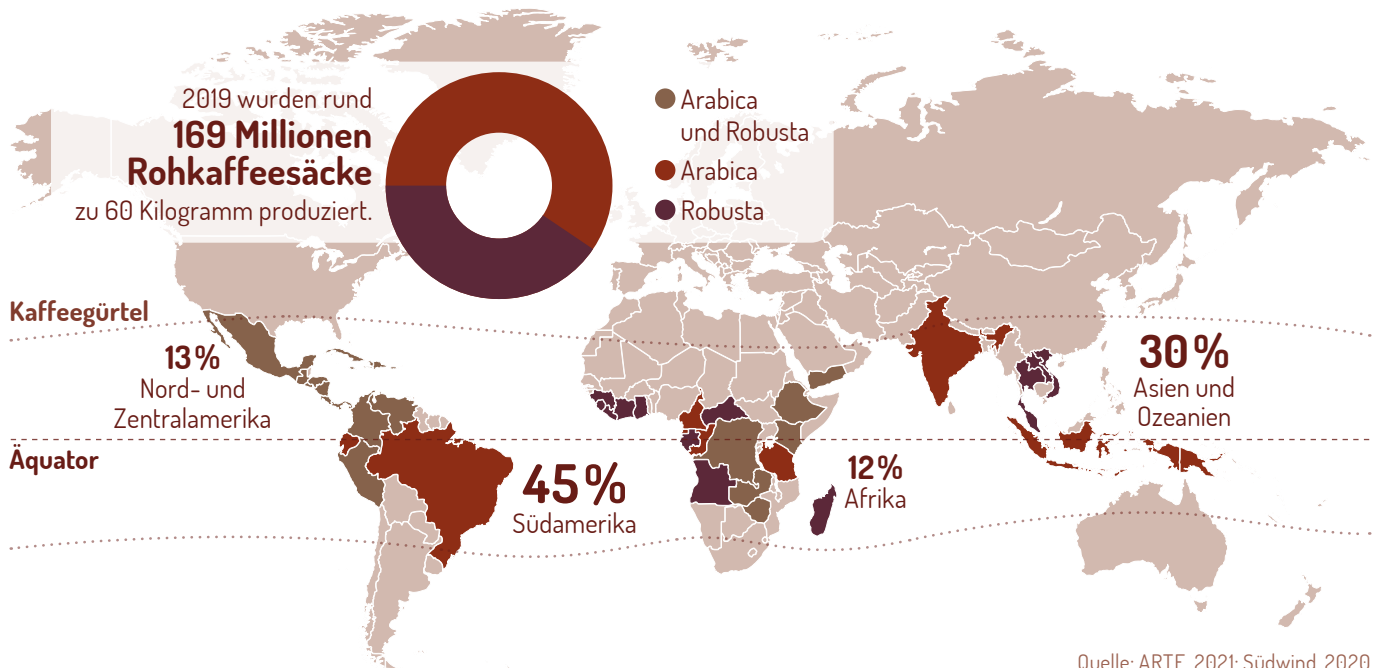


Die wachsende ökonomische Ungleichheit und die sich verschlechternden Lebens- und Arbeitsbedingungen von Kaffeeproduzent*innen werden zusätzlich durch Auswirkungen des Klimawandels auf die Kaffeeproduktion verschärft. Das Auftreten von Schädlingen und Krankheiten der Kaffeepflanze wird durch den Temperaturanstieg begünstigt. Derzeit werden viele Regionen Lateinamerikas von Kaffeerost geplagt.

Kaffeepflanzen, besonders aber Arabica-Pflanzen, sind äußerst sensibel in Bezug auf Niederschlag, Temperatur, Luftfeuchtigkeit sowie Bodenbeschaffenheit. Ernteeinbußen sind das kurzzeitige Ergebnis von Klimaveränderungen in den Anbauregionen.

Langfristig gesehen kann die für den Anbau von Arabica-Kaffee geeignete Anbaufläche schrumpfen. Dies hat große Auswirkungen auf die Produzent*innen, wenn sie aufgrund der Veränderung des Klimas und der Bodenqualität auf die Robusta-Bohnen umsteigen müssten. Der Verdienst ist geringer und zudem stehen sie in Konkurrenz mit industriellen Produktionssystemen. Neue, höhergelegene Anbauflächen werden aufgrund des Klimawandels künftig interessant. Es werden vermehrt derzeit noch unberührte Gebiete des Regenwaldes erschlossen und abgeholzt. Darunter leidet auch die lokale Artenvielfalt.

Wo wird Kaffee angebaut und wo wird er getrunken?



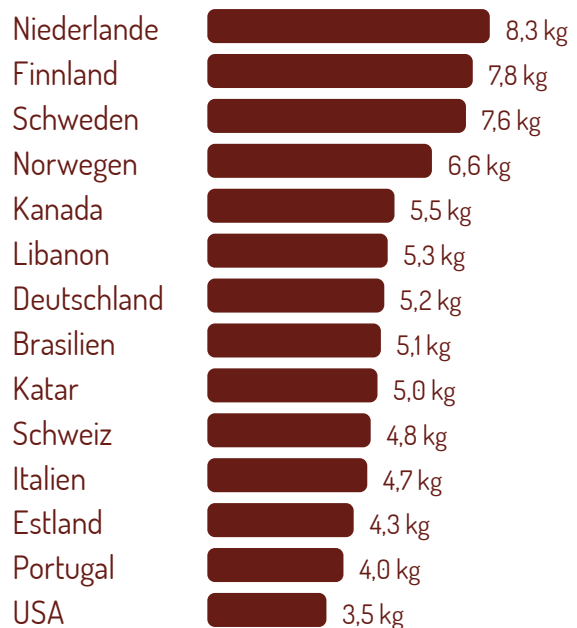
Aus Brasilien stammt über ein Drittel und aus Vietnam ein Viertel des weltweit konsumierten Kaffees, gefolgt von den Anbauländern Kolumbien, Indonesien und Äthiopien. Brasilien ist größter Produzent von Arabica als auch von Robusta Kaffee.

Rund 125 Millionen Menschen leben vom Kaffeeanbau in etwa 50 Ländern der Tropen. Kleinstrukturierte Landwirtschaft hat im Kaffeeanbau eine große Bedeutung, denn 95 Prozent der Flächen, auf denen Kaffee angebaut wird, sind kleiner als fünf Hektar, beziehungsweise 84 Prozent sogar kleiner als zwei Hektar, was ungefähr drei Fußballfeldern entspricht.

Die meisten Bauern verkaufen die Kaffeebohnen für den Export. Kaffee ist ein global gehandeltes Agrarprodukt, das auf großen Containerschiffen von den Anbauländern in die Konsumländer verschifft wird.

Der Anbau und der Verbrauch von Kaffee klaffen aufgrund klimatischer und historischer Faktoren völlig auseinander. Lediglich in Brasilien wird der Großteil des eigenen Kaffees selbst verbraucht.

Pro-Kopf-Konsum der größten Kaffeeliebhaber 2020



Quelle: Statista, 2020

Wer bekommt den größten Schluck?

Am Kaffee verdienen viele, doch die Verteilung des Gewinns ist alles andere als fair: Produzent*innen des Globalen Südens verdienen nur einen Bruchteil.

Die großen Gewinner*innen des globalen Kaffeehandels sind die Röstereien und Verarbeiter*innen in Industrieländern wie Deutschland, Italien oder der Schweiz. Länder des Globalen Südens exportieren rund 75 Prozent ihrer Kaffeeernte, jedoch hauptsächlich als Rohkaffee. Durch den weiteren Produktionsschritt, der kostenintensiven Röstkaffeeverarbeitung und Veredelung, erwirtschaften Länder des Globalen Nordens einen großen Anteil der Wertschöpfung im Kaffeemarkt. Je mehr Verarbeitungsschritte in einem Land getätigt werden, umso mehr Wertschöpfung kann vor Ort generiert werden. Das bedeutet mehr Wirtschaftswachstum und Wohlstand in diesem Land.

Bauern und Bäuerinnen von konventionell hergestelltem und gehandeltem Kaffee erhalten im Durchschnitt lediglich 5 Prozent des Kaffeepreises im Einzelhandel.



Preiskalkulation für fairen Kaffee

- 26 % des Preises verbleiben bei den Kaffeebauern und -bäuerinnen in der Kooperative
- 14 % entfallen auf Transport und Verarbeitung wie die Röstung und die Verpackung
- 18 % sind als Kaffee- und Mehrwertsteuer an den Staat abzuführen
- 5 % gehen an soziale Einrichtungen, welche die Etikettierung übernehmen
- 19 % werden für Lagerung, Personal, Marketing- und Versandkosten bei Weltpartner*innen benötigt
- 18 % verbleiben bei Wiederverkäufer*innen wie Weltläden, Bioläden o.ä.

Quelle: www.fair-einkaufen.com

Zwar haben die Bauern und Bäuerinnen mit dem Kaffeeanbau die meiste Arbeit in der Wertschöpfungskette, doch ihr Verdienst reicht oft kaum zum Überleben. Bei fair gehandeltem Kaffee gehen bis zu 26 Prozent an die Produzent*innen einer Kooperative. Das ermöglicht eine wirtschaftlich rentable Kaffeeproduktion.

Der Export von Rohkaffee von Ländern des Globalen Südens in Länder des Globalen Nordens generiert einen Wert von **20 Milliarden US-Dollar.**



Röstereien erzielen rund **55 Milliarden US-Dollar.**

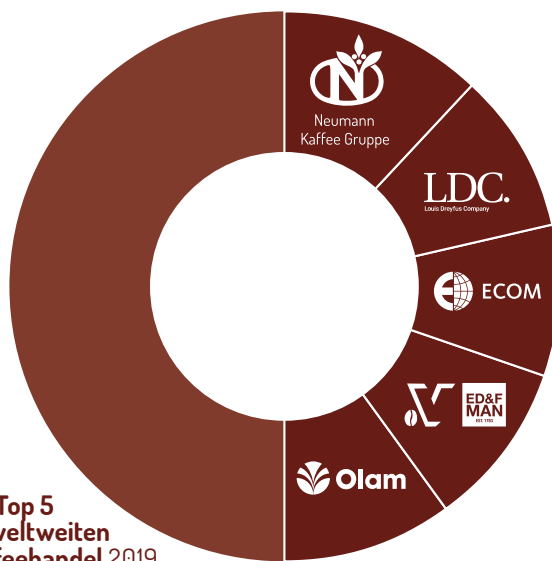


Ein Vielfaches des Exportwertes erzielt der Einzelhandel mit **200 bis 250 Milliarden US-Dollar.**



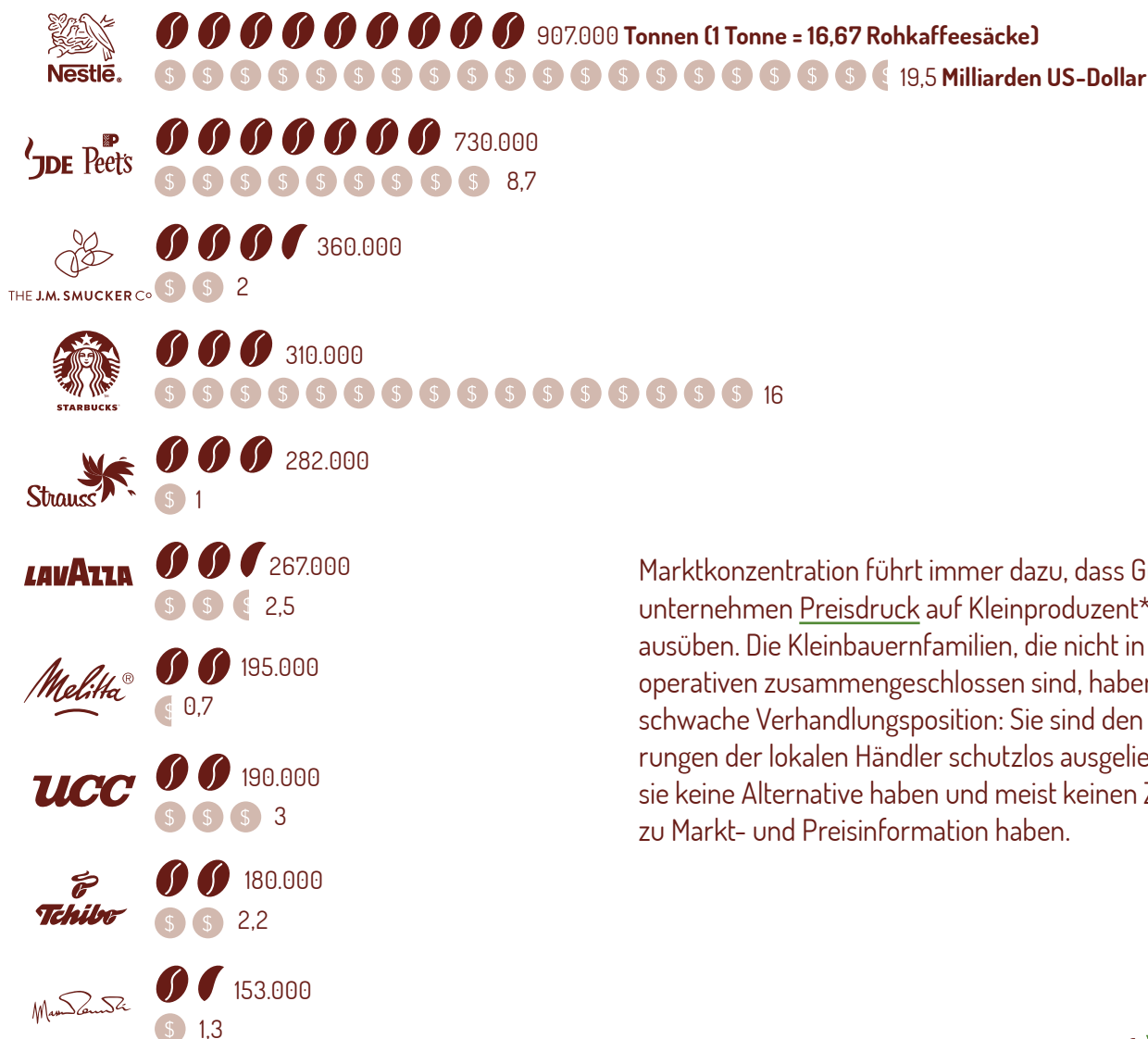
Produzent*innen und deren Familien können aufgrund des Preisdrucks durch Marktkonzentration und starke Preisschwankungen kaum vom Kaffeeanbau leben.

Der weltweite Kaffeemarkt wird von wenigen großen Konzernen aus den USA und Europa dominiert. Im Kaffeehandel wirtschaften lediglich fünf Unternehmen mit rund 62,5 Millionen Rohkaffeesäcken. In der Kaffeerösterei verarbeiten zehn Röstereien rund 35 Prozent des weltweiten Rohkaffees.



Die Top 10 Kaffee-Röstereien weltweit 2019

Quelle: Coffee Barometer 2020



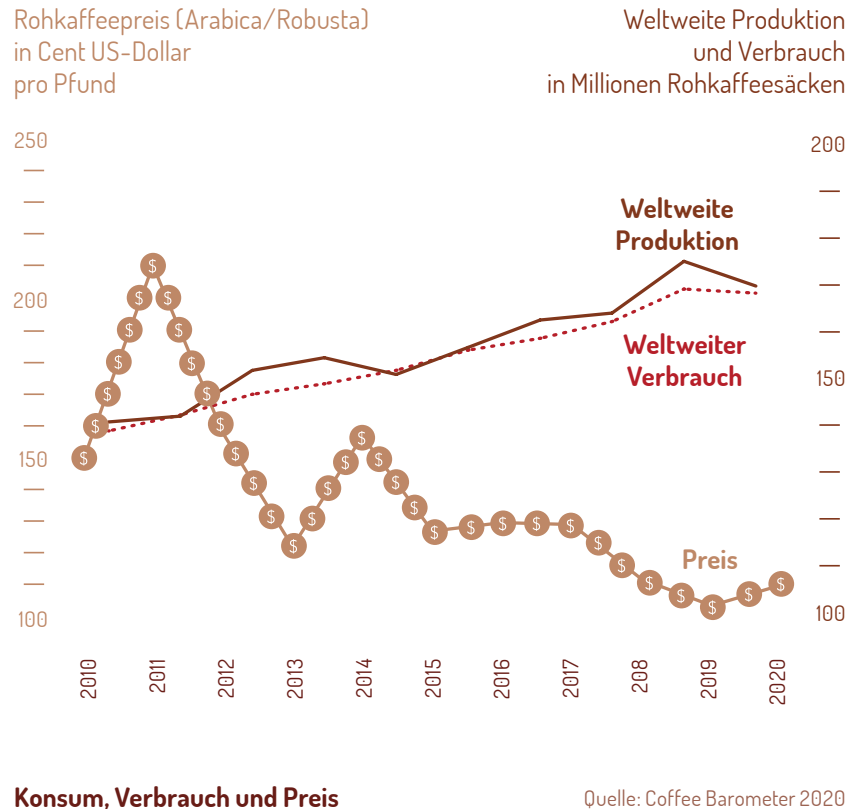
Marktkonzentration führt immer dazu, dass Großunternehmen Preisdruck auf Kleinproduzent*innen ausüben. Die Kleinbauernfamilien, die nicht in Kooperativen zusammengeschlossen sind, haben eine schwache Verhandlungsposition: Sie sind den Forderungen der lokalen Händler schutzlos ausgeliefert, da sie keine Alternative haben und meist keinen Zugang zu Markt- und Preisinformation haben.

Welche Auswirkungen haben die starken Preisschwankungen für Bauern und Bäuerinnen?

Rohkaffee wird auf dem internationalen Markt gehandelt: New York ist der Sitz der Kaffeebörse für Arabica-Kaffee und London für Robusta-Kaffee. Die Geschäfte werden in US-Dollar abgewickelt. Große Kaffeeunternehmen kaufen ihren Kaffee meist im Voraus, um Planungssicherheit zu haben. Waretermingeschäfte sind eine Wissenschaft für sich und Kaffeeinkäufer aus aller Welt versuchen jeden Tag, Preisentwicklungen vorauszuahnen, um den Rohkaffee schon weit vor der Ernte und dem Liefertermin zu möglichst guten Konditionen einzukaufen. Diese Waretermingeschäfte sind für beide Seiten nicht ohne Risiko: Steigen die Kaffeepreise, hat der Käufer ein gutes Geschäft gemacht, bei fallenden Preisen hingegen profitiert der*die Verkäufer*in.

Der Rohkaffeepreis fluktuiert stark. Er ist abhängig von der Qualität des Produkts, vom schwankenden Angebot und von der schwankenden Nachfrage. Auch die Höhe und die Handhabung der Lagerbestände in Anbau- und Importländern und die spekulativen Waretermingeschäfte beeinflussen den Preis.

Diese Preisschwankungen machen es den Kleinproduzent*innen äußerst schwer, ihr Einkommen und Budget für die kommende Saison, für den eigenen Haushalt und für die Kaffeeproduktion zu kalkulieren.



Langfristig gesehen ist der Preis für Rohkaffee massiv gesunken. Bei niederen Preisen besitzen die Produzent*innen kaum Kapital, um für eine gute Instandhaltung der Kaffeeplantage aufzukommen. Sinken die Preise unter die Produktionskosten, so haben die kleinen landwirtschaftlichen Betriebe Schwierigkeiten, ihre Familien zu ernähren sowie für medizinische Rechnungen und Schulkosten aufzukommen. Es fällt den Produzent*innen zunehmend schwerer, mit Neuerungen und Fortschritten im Anbau mitzuhalten und mit größeren Unternehmen zu konkurrieren. Die niedrigen Ernteerträge halten sie in der Armutsfalle gefangen.

Fairer Handel

Der Faire Handel bietet eine Alternative zum oft ungerechten und ausbeuterischen Handel auf dem Weltmarkt. Der Faire Handel gibt Bauern und Bäuerinnen, die durch wirtschaftliche, politische oder geographische Faktoren benachteiligt werden, eine Möglichkeit, ihre Ware, zum Beispiel ihren Kaffee, unter besseren Bedingungen zu vermarkten und ihre Lebens- und Arbeitsbedingungen aufzuwerten.

Fairer Kaffee kann in den Südtiroler Weltläden oder in Lebensmittelgeschäften, erkennbar an den Siegeln des Fairen Handels, erworben werden. Die World Fair Trade Organisation (WFTO) ist ein globales Netzwerk, das 400 weltweit wichtige Organisationen aus über 70 Ländern vernetzt. Altromercato ist eine in Italien bekannte Mitgliedsorganisation der WFTO. Das am weitesten verbreitete Kennzeichen ist das Fairtrade-Siegel. Die Mitglieder der WFTO verpflichten sich zur Einhaltung von 10 festgelegten Grundsätzen des Fairen Handels und können das Organisationszeichen auf ihren Produkten nutzen.



Die Prinzipien bilden die Basis und sorgen dafür, dass sich die hohe Qualität der Bohnen mit einer hohen sozialen und ökologischen Qualität zu einem Ganzen verbindet:



Unterstützung von ökonomisch benachteiligten Produzent*innen

Fairer Handel ist eine Strategie zur Armutsbekämpfung und Einkommenssicherung für jene, die vom bestehenden Handelssystem an den Rand gedrängt werden. Er soll kleine, benachteiligte Produzent*innen fördern und unabhängig machen.



Transparenz und Verantwortlichkeit

Die Geschäftsführung muss transparent und der Umgang mit Handelspartner*innen fair, respektvoll und offen sein.



Geschäftsbeziehungen

Die Geschäftsbeziehungen dienen nicht der Gewinnmaximierung, sondern basieren auf Vertrauen und Solidarität. Langfristige Lieferbeziehungen und Abnahmeverträge sichern den Produzent*innen ein verlässliches Einkommen, auch bei niedrigen Marktpreisen.



Bezahlung von Fairen Preisen

Faire Bezahlung umfasst faire Preise und Löhne. Sie ermöglichen den Menschen einen würdigen Lebensstandard und werden im Dialog miteinander bestimmt. Ein Mindestpreis soll den Produzent*innen bei niedrigen Preisen ihre Existenz und eine kostendeckende Produktion sichern.



Gleichbehandlung von Mann und Frau,

keine Diskriminierung, Versammlungsfreiheit

Niemand darf aufgrund Geschlechts oder Gesundheitszustandes, Herkunft, Religion, politischen Gesinnung oder sexuellen Orientierung benachteiligt werden. Es gibt das Recht, sich gewerkschaftlich zu organisieren.



Keine Kinderausbeutung, keine Zwangsarbeit



Gute Arbeitsbedingungen

Das Arbeitsumfeld muss sicher und gesundheitsverträglich sein und den Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) genügen.



Schulung von Arbeiter*innen

Durch Weiterbildungen werden die Qualifikationen von Arbeiter*innen verbessert, damit sie sich auf dem internationalen Markt behaupten können.



Organisationsentwicklung

Der Faire Handel setzt sich öffentlich für einen gerechten Welthandel ein und versorgt Verbraucher*innen mit umfassenden Informationen.



Umweltschutz

Fair hergestellte Produkte sollen die Umwelt so wenig wie möglich belasten. Eine nachhaltige Wirtschaftsweise wird angestrebt und unterstützt.

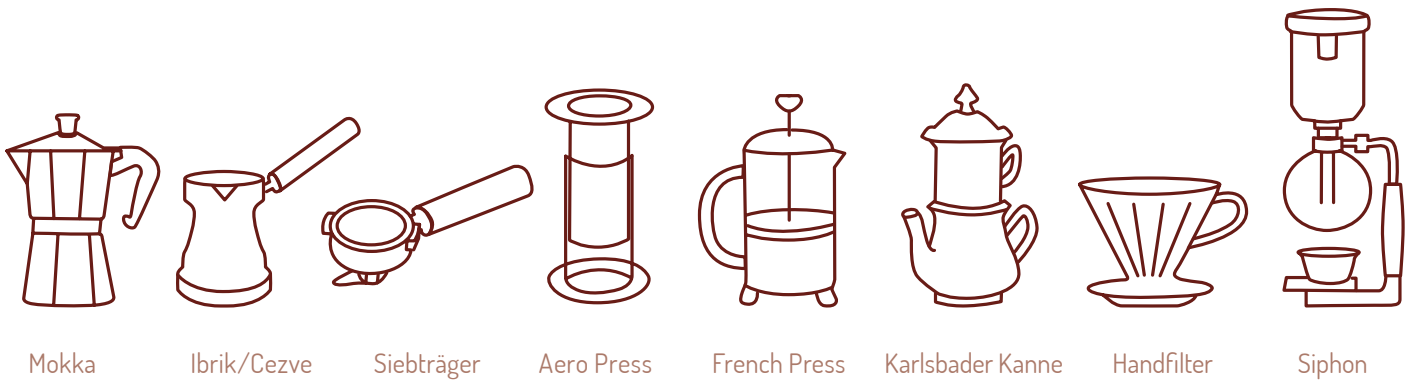
Faire Bohnen auf Reisen



Altromercato hat vor 30 Jahren erstmals fair gehandelten Kaffee aus Nicaragua importiert.

Hauptsächlich kleinbäuerliche Betriebe bauen in Nicaragua Kaffee an. Genossenschaften kommt bei der Produktion, bei der Ausbildung, Finanzierung und Vermarktung eine wichtige Bedeutung zu. Um einer Fair-Trade-Genossenschaft anzugehören, müssen die Bauern und Bäuerinnen qualitative und ethische Standards gewährleisten. Sie bekommen dafür einen fairen Preis und Zugang zum internationalen Markt. Ihr Kaffee wird nach dem Prinzip der Biodiversität gepflanzt. Im Schatten großer Bäume reifen die Kaffeekirschen mit je zwei Bohnen auf drei bis fünf Meter hohen Kaffeesträuchern. Das Pflücken mit der Hand ist aufwendig, aber schonend für die Pflanze und gut für das Produkt. Fast jede Familie verfügt dank genossenschaftlicher Unterstützung über ein „Nassmagazin“. Dort werden die Bohnen am Tag nach der Ernte vom Fruchtfleisch getrennt und gewaschen. Im „Trockenmagazin“ werden die Bohnen 6 bis 7 Tage lang in der Sonne ausgelegt und laufend gewendet. Nach Farbe und Größe sortiert kommen die getrockneten rohen Bohnen in Säcke zu rund 60 Kilogramm, werden auf Schiffe verladen und in den Hafen von Triest gebracht. Von dort gehen die Säcke an ausgewählte italienische Röstereien, die sie nach schonender Röstung in aluminiumfreiem Material verpackt den Weltläden zum Verkauf anbieten.

13/14



Literaturverzeichnis

ARTE: Kaffee – Eine lange Reise. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=IGs33q65b1w> [Stand: August 2021]

Coffee Barometer: URL: <https://coffeebarometer.org/> [Stand: April 2021]

Deutscher Kaffeeverband e.V.: URL: <https://www.kaffeeverband.de/de> [Stand: April 2021]

Deutsches Grünes Kreuz e.V. (2018): Kaffee und Gesundheit – das sagen neue Studien. URL: https://www.kaffee-wirkungen.de/fileadmin/user_upload/_temp_/Begleittext_Kaffee_und_Gesundheit_2018_24_09_klein.pdf [Stand: April 2021]

Fairtrade International: URL: <https://www.fairtrade.net/product/coffee> [Stand: April 2021]

Fair Einkaufen: Fairer vs. konventioneller Kaffeepreis – Wer bekommt was? URL: <https://fair-einkaufen.com/fairtrade-bio-kaffee-preis-zusammensetzung> [Stand: August 2021]

Südwind e.V. (2020): Auf ein Tässchen. Die Wertschöpfungskette von Kaffee. URL: <https://suedwind-institut.de/files/Suedwind/Publikationen/2020/2020-01%20Studie%20Auf%20ein%20T%C3%A4sschen%20Die%20Wertsch%3%B6pfungskette%20von%20Kaffee.pdf> [Stand: August 2021]

ZDF: Kaffee – Geheimnisse eines Wundertranks. URL: <https://kurz.zdf.de/8kHCQJ/> [Stand: August 2021]

Impressum

Herausgeber

OEW – Organisation für Eine solidarische Welt | Organizzazione per Un mondo solidale

Vintlerweg 34 Via Vintler | 39042 Brixen | Bressanone
T +390472833950 | info@oew.org | [facebook.com/oew.org](https://www.facebook.com/oew.org) | www.oew.org

Netzwerk Südtiroler Weltläden | Bottega del Mondo Coop. Soc.

Südtirolerstraße 6 Via Alto Adige | 39100 Bozen | Bolzano
T +39 366 9821798 | netzwerk@weltladen.bz.it | [facebook.com/WeltladenBottegheDelMondoSudtirol](https://www.facebook.com/WeltladenBottegheDelMondoSudtirol) | www.weltladen.bz.it

Text

Franziska Blaas, Brigitte Gritsch, Julia Stofner, Maria Lobis

Grafische Gestaltung

Alias Idee und Form, Irmis Unterfrauner

Stand

August 2021

Hinweis

Diese Publikation ist im Rahmen der Kaffeekampagne fairever coffee der Weltläden Südtirol und der OEW – Organisation für Eine solidarische Welt, gefördert vom Amt für Außenbeziehungen und Ehrenamt der Autonomen Provinz Südtirol entstanden. Sie wird kostenlos zur Verfügung gestellt und ist nicht zum Verkauf bestimmt.