



Kodex gegen

Wolfgang Köhler, Text | Bernhard Schurian, Fotos

Seit dem Ende der Marktregulierung ist Kaffeeanbau oft ein Weg in die Armut. Ein neue Übereinkunft soll die Kaffeebranche aus dem Tief holen: der Common Code for the Coffee Community. Der Kodex verpflichtet Pflanzer, Händler und Industrie zum gegenseitigen Nutzen zu nachhaltiger Produktion.

Ladenbesitzer James Kabui hält eine 50-Gramm-Dose mit löslichem Kaffee in der Hand und klagt: „Die Leute hier können sich das verdammte Zeug nicht

leisten, dabei sind es nur 50 Gramm.“ Die Leute, die der von der Financial Times zitierte Mann meint, sind die Kaffeepflanzer im Nyeri Distrikt in Kenia. In dem ostafrikanischen Land war

Kaffee einst als Schwarzes Gold bekannt. Doch nach jahrelanger Talfahrt des Weltmarktpreises für Kaffee können sich die Pflanzer vom Erlös der sackweise verkauften Bohnen kaum mehr eine Dose Nescafé leisten, nachdem sie das Nötigste zum Überleben davon bezahlt haben.

Kaffee ist einer der weltweit meistgehandelten Agrarrohstoffe. Nur beim Erdöl werden noch höhere Umsätze erzielt. Doch der Kaffeeanbau, der einst vielen Menschen in armen Ländern das Überleben und sogar bescheidenen Wohlstand sicherte, brachte den gleichen Menschen während der vergangenen Jahre oftmals Unglück und Not. Für ihre Ernten erhielten die Pflanzer nur noch einen Bruchteil der Erlöse aus den Jahren 1994 bis 1998. Viele pflegten ihre Anbauflächen nicht mehr wie vorher: Der Aufwand lohnte



die Kaffeekrise

kaum. Andere rodeten ihre Pflanzungen, um ihr Glück mit anderen Kulturen zu versuchen.

Bei den großen Händlern, Röstern und Vermarktern schrillten die Alarmglocken. „Wir fürchteten langfristig um den Nachschub an qualitativ hochwertigem Kaffee und um die Vielfalt der Sorten“, sagt Annemieke Wijn, Mitglied im Präsidium des Deutschen Kaffeeverbands, und fügt hinzu: „Wir spürten, es musste etwas getan werden.“ Die Mitglieder des Traditionsverbands beließen es nicht bei diesem Gespür. Im Herbst vergangenen Jahres stellten sie das vorläufige Ergebnis ihrer mehrjährigen Zusammenarbeit mit der GTZ und anderen Akteuren des Sektors der Öffentlichkeit vor: den Common Code for the Coffee Community.

Die Übereinkunft verpflichtet nach dem Willen ihrer Initiato-

ren, der Bundesregierung und der Kaffeewirtschaft, alle Beteiligten im Kaffeesektor, vom Pflanzler bis zum Vermarkter, zu nachhaltigem Wirtschaften. Der Rohstoff Kaffee soll künftig allen Personen und Unternehmen in der Produktionskette auskömmliche Erträge sichern. Der Kaffeekodex verspricht den Pflanzern, ihren Familien und Mitarbeitern eine dauerhaft tragfähige Lebensgrundlage. Die Umwelt und die natürlichen Ressourcen sollen beim Kaffeeanbau zugleich geschont werden.

Eine strategische Allianz

Die Initiative ist Ergebnis einer Kooperation des Deutschen Kaffeeverbands mit der GTZ. Die Entwicklungsorganisation rief in einer Entwicklungspartnerschaft mit der Wirtschaft eine Allianz ins

Leben, die mehr als 70 Repräsentanten von Kaffeebauern, von Handel und Industrie, Regierungen, NGOs und Gewerkschaften umfasst. Zusammen erarbeiteten sie den gemeinsamen Kodex der Kaffeegemeinschaft. Im Unterschied zu anderen Initiativen zur Stabilisierung des Kaffeemarktes richtet sich der Common Code auf so genannten Mainstream-Kaffee, zu Deutsch: auf Massenware. Die Initiative reiht sich ein in eine lange Liste von Bemühungen, insbesondere den Kaffeeanbau auf eine solide Basis zu stellen, die ökonomisch, ökologisch und sozial nachhaltig ist. Denn immer wieder verursachten extreme Preisschwankungen während der vergangenen Jahre dramatische Krisen.

Das war nicht immer so. Bis Ende der 80er Jahre sorgte das Internationale Kaffeeabkommen drei Jahrzehnte lang für einen rela-



Preisschwund: Kaffeebohnen aus biologischem Anbau (Foto oben) haben ihre Marktnische gefunden. Für die Kaffeepflanzer von Mainstream-Sorten ist derzeit hingegen kaum noch Geld zu verdienen. Die Frauen in den Kaffeeabwerken (Foto nächste Seite) arbeiten zu niedrigsten Löhnen.

El Salvador

Prämie für Nachhaltigkeit

In El Salvador wollen die Neumann Kaffee Gruppe und die GTZ die bereits für größere Farmen entwickelten Standards für nachhaltige Kaffeeproduktion an die kleinbäuerlichen Strukturen der Kooperativen Cuscatlan und El Boquerón anpassen. Deren rund 370 Mitglieder möchten hochwertigen Kaffee gemäß den Nachhaltigkeitsstandards produzieren, zertifizieren und anbieten.

Die Partner arbeiten eng mit dem Projektsekretariat des Common Code for the Coffee Community zusammen. Ihre Erfahrungen teilen die Partner der Kodex-Initiative mit. Eine Basisstudie ermittelt die Defizite der Kleinbauern und erarbeitet Empfehlungen für bessere Sozial- und Umweltstandards. Projektmitarbeiter unterstützen die Kooperativen dabei, ihren Mitgliedern qualifizierte Dienstleistungen anzubieten. Weitere Kooperativen von Kleinproduzenten sollen einbezogen werden. Erklärtes Ziel der Partner: eine Nachhaltigkeitsprämie. Sie soll bei der Vermarktung des Kaffees auf den Preis aufgeschlagen werden und zu 70 Prozent den Kooperativen zugute kommen. ◀

Äthiopien

Ein Kaffee-Nationalpark

In der südwestlichen Hochebene Äthiopiens, der Ursprungsregion des Hochlandkaffees *Coffea Arabica*, sind viele Kaffeebauern aus der Not auf Drogenanbau umgestiegen. Andere verarbeiten Bäume, die den Kaffeepflanzen Schatten spenden, zu Feuerholz. Die einzigartige Vielfalt der ehemals 2000 Kaffeesorten dieser Region droht verloren zu gehen. Kraft Foods, Deutschlands führender Anbieter von Röstkaffee, Original Foods, Anbieter von Delikatess- und Feinkostkaffees, sowie die GTZ wollen dem gemeinsam Einhalt gebieten. Die Entwicklungspartner fördern ein Modell zur Kaffeeproduktion und -vermarktung, das sich am Common Code for the Coffee Community orientiert. Im Regenwald der Kaffa-Provinz soll hierzu ein „Kaffee-Nationalpark“ entstehen. Die Bevölkerung auf seinem Gebiet soll von der Vermarktung wild wachsenden Kaffees leben können. Im Mana Woreda Distrikt des Bundesstaates Oromia arbeiten die Projektpartner mit der Kleinbauerngenossenschaft OCFCU zusammen, die aus 34 Mitgliedsgruppen mit rund 22 700 Kleinbetrieben besteht. ◀

tiv stabilen Kaffeemarkt. Zuvor hatte der im 19. Jahrhundert rasch gewachsene Kaffeemarkt immer wieder unter starken Preisschwankungen mit kurzen Perioden hoher Preise und langen Phasen mit Überangeboten und sehr niedrigen Preisen gelitten. Diese Niedrigpreis-Phasen hatten in zahlreichen Anbauländern immer wieder zu erheblichen volkswirtschaftlichen Störungen und ernsthaften politischen Konsequenzen geführt. Die internationale Staatengemeinschaft entschloss sich deshalb Anfang der 60er Jahre dazu, den Kaffeemarkt mit Hilfe einer Marktregulierung unter dem Dach der Internationalen Kaffeorganisation zu stabilisieren. Das gelang mit einem System von Quoten, der Lagerung des überschüssigen Angebots und mit Marketingprogrammen zur Steigerung des Konsums recht gut.

Ende der 80er Jahre aber weigerten sich die USA und Brasilien, einer Erneuerung des Abkommens zuzustimmen – dies war das Ende des Quotensystems. Unmittelbar nach dessen Auslaufen sanken die Weltmarktpreise um rund die Hälfte. Nach einem Anstieg in den Jahren 1994 bis 1998 fielen die Preise in den vergangenen Jahren erneut stark zurück.

Zu hohes Exporttempo

Vietnam hat die jüngsten Preisturbulenzen mit ausgelöst. Viele Tausend Bauern pflanzten dort Kaffeekulturen an und kamen damit zunächst auch zu einigem Wohlstand. Inzwischen hat sich Vietnam mit Ausfuhren von rund 750 000 Tonnen zum zweit-

größten Kaffee-Exporteur nach Brasilien entwickelt. Der Kaffeeverbrauch hielt jedoch nicht Schritt mit dem Expansionstempo des Anbaus. Heute erhalten Millionen von Kaffeebauern in Lateinamerika, Afrika und Asien nur mehr einen Bruchteil der Erlöse, die sie in besseren Zeiten für ihre Ernten gesehen haben.

Diese Entwicklung hat gravierende ökonomische und soziale Folgen. Sie sind um so nachteiliger, als in vielen der vom Kaffeeanbau abhängigen Länder nur wenige alternative Erwerbsmöglichkeiten bestehen. Der Anbau von Drogen, Landflucht oder Emigration sind die am häufigsten genutzten Auswege. Auf unterschiedliche Weise wird versucht, die Preiskrise wenigstens zu dämpfen. Eine Variante ist der Fair Trade. Der Faire Handel garantiert den Pflanzern einen über dem Marktpreis liegenden Erlös. Die Endkunden müssen entsprechend mehr bezahlen. Das Modell brachte Achtungserfolge, doch keinen Durchbruch. Ein Marktanteil von nur rund einem Prozent bedeutet: Fair gehandelter Kaffee ist eine Marktnische.

Andere Initiativen versuchen, die Produktion höherwertigen Kaffees punktuell zu fördern oder ökologische Produktionsmethoden zu etablieren. Zusammen mit Entwicklungspartnern aus der Wirtschaft fördert die GTZ solche Projekte und Programme erfolgreich in verschiedenen Ländern Lateinamerikas und Afrikas. Die Internationale Kaffeorganisation (ICO) unterstützt ebenfalls die Qualitätssteigerung. Marketingkampagnen sollen den Kaffee-



konsum fördern. Doch die ICO verfügt nur über begrenzte Mittel.

Neues Modell

Der jetzt gefundene Common Code for the Coffee Community ist die bisher breiteste Initiative zur Stabilisierung des Kaffeemarktes. Die Firmen aus Handel und Industrie, die den Verhaltenskodex tragen, repräsentieren etwa 70 Prozent des weltweiten Kaffeemarktes. Auf Produzentenseite sind Exportländer von Brasilien bis Indonesien und Vietnam vertreten. NGOs wirkten an der Ausarbeitung des Kodex ebenso mit wie Gewerkschaften, Entwicklungsbanken und Regierungen.

Unterschiedliche Motive veranlassen die Akteure dazu, den Kodex einzuhalten. Importeure und Anbieter von Markencaffees wollen sich und ihre Produkte nicht dem Vorwurf aussetzen, Waren anzubieten, die unter menschenunwürdigen oder die Umwelt schädigenden Bedingungen hergestellt werden. Zugleich möchten sie sicherstellen, dass stets genügend Rohkaffee in den gewünschten Sorten und Qualitäten angeboten wird. Das ist bei den Marktbedingungen der vergangenen Jahre keineswegs gesichert. Da die Erlöse der Pflanze kaum mehr deren Kosten deckten, haben viele der weltweit 25 Millionen Kaffeebauern ihre Kulturen nicht ausreichend gepflegt oder gar gerodet. Die Qualität der angebotenen Ernten verschlechterte sich.

„Die Kaffeebauern selbst zeigen gegenüber dem Kodex die größte Skepsis“, sagt Carsten Schmitz-Hoffmann. Der Leiter des GTZ-Teams im Common-Code-Projekt hat selbst an der Erstellung des Kaffeekodex mitgearbeitet. Die GTZ stellt gemeinsam mit dem Kaffeeverband das Projektsekretariat und koordiniert die Aktivitäten. Über das Sekretariat wird das Konzept in den Produktionsländern verbreitet und in Netzwerken umgesetzt. Pilotprojekte auf allen Kaffee-Kontinenten testen den Kodex und bringen ihn den Kaffeebauern nahe. Diese sind noch zurückhaltend. Viele von ihnen müssen erst investieren und eine Reihe unak-





Kolumbien:
Nur wenn sich der
Markt erholt, kann sich
der Kaffeeanbau
als Alternative zum
Drogenanbau behaupten.

zeptabler Praktiken abstellen, bevor ihre Ernte als nachhaltig produzierter Kaffee akzeptiert wird. Die Kooperation mit Entwicklungsbanken soll besseren Zugang zu Krediten bringen.

Der Kodex verlangt, dass die Arbeiter gutes Trinkwasser erhalten und adäquat untergebracht sind. Zwangsarbeit und Kinderarbeit sind tabu. Den Arbeitern darf ferner die Mitgliedschaft in Gewerkschaften nicht verwehrt werden. Auf den Einsatz gefährlicher Pestizide sollen die Pflanzer ebenso verzichten wie auf die

Rodung des Regenwaldes. Im Gegenzug werden die Kaffeebauern geschult und bei der Einführung effizienter Managementmethoden unterstützt. Sie erhalten gezielte Marktinformationen und einen besseren Marktzugang. Außerdem winkt die Aussicht auf höhere Erträge.

Sorgen in Sambia

Ostafrikas Kaffeebauern macht neben den niedrigen Weltmarktpreisen noch zusätzlich die Pflanzenkrankheit Coffee Berry Disease zu schaffen. Wegen der instabilen Situation könnte es sogar passieren, dass die zur Kaffee-Ernte dringend benötigten Saisonarbeiter aus der armen Region im Norden Sambias abwandern. Die African Plantations Company Ltd., die in dieser Region hochwertigen Arabica-Kaffee auf 1400 Hektar Land anbaut, will deshalb in einer komplexen Entwicklungspartnerschaft mit der GTZ den Common Code for the Coffee Community pilothaft umsetzen. Die Coffee Berry Disease soll eingedämmt werden. Um die Abwanderung zu bremsen, wollen die Entwicklungspartner den Saisonarbeitern den Anbau anderer heimischer Feldfrüchte ermöglichen. Ausgewählte Arbeiter werden außerdem als Multiplikatoren zur Aids-Prävention ausgebildet. Zwei weitere am Kaffeekodex orientierte Pilotprojekte setzt die GTZ in Äthiopien und El Salvador mit Entwicklungspartnern aus der Wirtschaft um.

„Den Preiszyklus am Kaffeeweltmarkt werden wir mit dem Kaffeekodex sicher nicht abschaffen“, sagt Carsten Schmitz-Hoffmann. Erst einmal gehe darum, jene Kaffeepflanzer zu unterstützen, die jetzt investieren wollen. Die Voraussetzungen dafür sind günstig. Seit einigen Monaten steigen die Kaffeepreise wieder an. Das lange Tal der Tränen scheint erst einmal wieder überwunden. Jetzt wollen die Initiatoren des Common Code for the Coffee Community mit Pilotprojekten in aller Welt beweisen, dass die nachhaltige Kaffeeproduktion eine dauerhaft tragfähige Grundlage für die Zukunft bietet. ◉

Wolfgang Köhler ist freier Wirtschaftsjournalist in Hilden bei Düsseldorf.

Common Code

Die Lage	Strukturelle Fehlentwicklungen im Kaffeesektor führten vielerorts zu in sozialer und ökologischer Hinsicht untragbaren Anbau- und Verarbeitungsmethoden und zu Armut in den Kaffeeregionen Afrikas, Asiens und Lateinamerikas.
Das Ziel	Ein sozial, ökologisch und ökonomisch nachhaltiger Kaffeesektor auf breiter Ebene mit langfristig stabilisierenden Einflüssen auf den Weltkaffeemarkt.
Das Konzept	GTZ-Experten beraten Kaffeefabrikanten und -handel, Produzentenorganisationen, NGOs und Gewerkschaften dabei, einen Verhaltenskodex für einen nachhaltigen Kaffeesektor zu erarbeiten.
Die Partner	Der Deutsche Kaffeeverband (DKV), die European Coffee Federation sowie Vertreter aus Wirtschaft, Produzentenländern und Zivilgesellschaft.
Die Kosten	Das BMZ und der DKV unterstützten die Entwicklung des Verhaltenskodex gemeinsam mit 1,2 Millionen Euro. Eine weitere Million Euro für die Testphase tragen das BMZ und das Schweizer Staatssekretariat für Wirtschaft.



Annemieke Wijn
Vizepräsidentin des
Deutschen Kaffeeverbands

Annemieke Wijn ist Vizepräsidentin des Deutschen Kaffeeverbands und bei Kraft Foods verantwortlich für die Nachhaltigkeitsprogramme des Unternehmens.

Akzente sprach mit ihr über Hintergründe und Vorzüge des Verhaltenskodex für die Kaffeewirtschaft.

Moralisch richtig, ökonomisch vernünftig

Akzente: Was hat die Kaffeewirtschaft dazu gebracht, eine Initiative für Nachhaltigkeit in der Kaffeewirtschaft zu starten?

Annemieke Wijn: Viele Unternehmen der Kaffeebranche sind schon sehr lange im Geschäft. Manche mehr als 100 Jahre. Und sie wollen das auch bleiben. Die Krise der vergangenen Jahre hat deutlich gemacht, dass etwas getan werden musste, um das sicherzustellen. In der Vergangenheit kam der Kaffee, den man brauchte, im Hafen an, und es war gut so. Jetzt bestand die Gefahr, dass das vielleicht eines Tages nicht mehr der Fall sein könnte.

Hat der sich selbst überlassene Markt also doch nicht alles zum Besten geregelt?

Ach, vielleicht richtet es der Markt ja nun eben doch, weil wir uns darum kümmern. Wir sind ja Teil des Marktes. Man kann das sicherlich so oder so sehen. Wir kümmern uns um Dinge, um die wir uns vor 50 Jahren noch nicht gekümmert haben, weil auch neue Ansprüche dazugekommen sind.

Was sind denn das für Ansprüche?

Den Konsumenten, die unseren Kaffee kaufen, wird mehr und mehr bewusst, woher der Kaffee eigentlich kommt. Die Preiskrise beim Kaffee brachte das Thema in die Zeitungen. NGOs sprechen ebenfalls darüber. Dieses neue Bewusstsein führt dazu, dass von der Industrie, auch von den Anbietern weit verbreiteter Markenkaffees, verlangt wird, dass wir uns um die Produktionsbedingungen kümmern. Und das tun wir jetzt. In erster Linie wurde die Initiative für Nachhaltigkeit in der Kaffeewirtschaft aber wohl aus der Krise heraus gestartet.

Was hält den Coffee Code denn zusammen, wenn jetzt tatsächlich, wie manche Experten glauben, der Kaffeepreis wieder längerfristig steigt?

Hohe Kaffeepreise hatten wir auch früher schon. Deswegen war der Anbau aber nicht nachhaltig. Es geht ja nicht nur um Menge und Preis. Es geht vielmehr darum, den kleinen Pflanzern Informationen und Management-Werkzeuge an die Hand zu geben, damit sie besser, effizienter und nachhaltiger wirtschaften können.

Das kostet aber erst einmal Geld, zum Beispiel für höheren Pflückerlohn. Wird das denn honoriert?

Uns allen ist klar, dass es Anfangsinvestitionen geben muss. In Projekten, die schon länger laufen, sehen wir aber auch, dass nachhaltiges Wirtschaften effizienter ist. Wenn es sauberes Trinkwasser gibt, sind die Arbeiter nicht so oft krank. Wenn es bessere Unterkünfte, gutes Essen, medizinische Versorgung und vielleicht auch Schulen gibt, kommen die guten Saisonarbeiter im nächsten Jahr freiwillig wieder. Und die Bauern sind froh darüber. Nachhaltig angebaute Kaffee muss letzten Endes gar nicht teurer sein. Wenn dies eine Initiative wäre, die den Kaffee teurer macht, gäbe ich ihr in der Marktwirtschaft keine Chance. Nachhaltiger Kaffeeanbau ist letztlich effizienter, das ist der Punkt. Deshalb ist der Common Code for the Coffee Community nicht nur moralisch richtig – auch das muss einmal gesagt werden –, sondern auch ökonomisch vernünftig. ☺

Die Fragen stellte Wolfgang Köhler.