

Common Code for the Coffee Community

Nachhaltigkeit in Produktion, Verarbeitung und Handel von „Mainstream“ Kaffee

Was ist das Konzept?

Sozial und ökologisch nachhaltige Produktions- und Verarbeitungsmethoden sind nur in einer für alle in der Kette Beteiligten befriedigenden ökonomischen Situation erreichbar. Der „Common Code for the Coffee Community“-Ansatz (4C) beruht daher auf der Kombination eines umfassenden freiwilligen **Verhaltenskodex** für alle in der Kaffee-Kette Beteiligten mit **Nachhaltigkeitspraktiken**, welche eine effiziente Qualitätsproduktion mit hoher Profitabilität und reduzierten Kosten ermöglichen. Die schlimmsten sozialen und ökologischen Praktiken des Sektors werden dabei ausgegrenzt. Hingegen helfen gute agrarische und unternehmerische Praktiken, welche durch die Initiative vermittelt und verbreitet werden den Kaffeebauern weltweit, kontinuierlich ihre Produktionsmethoden zu optimieren und damit im harten Wettbewerb des Kaffeehandels konkurrenzfähig zu sein. Das 4C Konzept ist damit in allen Kaffeeregionen der Welt und in allen Produktionssystemen (Kleinbauern, Produzentenorganisationen, Farmen, Plantagen) als Basismodell für nachhaltige Produktion, Verarbeitung und Handel anwendbar.

Wie wurde das Konzept entwickelt?

Alle im „Common Code for the Coffee Community“-Ansatz getroffenen Entscheidungen werden durch eine tri-paritätische Steuerungsgruppe getragen, die aus Vertretern von Produzentenorganisationen, Kaffeehandel und –industrie sowie zivilgesellschaftlichen Organisationen besteht. Die Erarbeitung des Konzeptes sowie die Formulierung des Verhaltenskodex erfolgt transparent und partizipativ. Insgesamt waren bislang u.a. Vertreterinnen und Vertreter aus 17 der wichtigsten Produzenteländer sowie große Röst- und Handelsunternehmen im Prozess beteiligt. Die technischen Elemente des Konzeptes werden durch Experten erarbeitet, die durch die Steuerungsgruppe benannt sind. In einer zweijährigen Testphase in 2005 und 2006 wird das Konzept in den Kaffeeregionen der Welt weiterentwickelt und getestet. In allen Entwicklungs- und Entscheidungsprozessen sind die relevanten Akteure des weltweiten Kaffeesektors eingebunden. Die Initiative wird von einer Management Unit unterstützt, die auf einer privat-öffentlichen Kooperation der Entwicklungszusammenarbeit (Seco, BMZ und GTZ) mit der Wirtschaft (ECF/ ECF 4C Group) beruht.

Und wie wird das System angewendet?

Alle Kaffeebauern und Produzentenorganisationen haben jederzeit Zugang zu den Nachhaltigkeitspraktiken der Initiative und können anfangen, ihre Produktion damit zu optimieren. Der Verhaltenskodex hilft ihnen dabei, die Bereiche mit dem dringendsten Handlungsbedarf zu identifizieren.

Entsprechend einer Ampel sind die wichtigsten Verhaltensweisen bei der Kaffeeproduktion und –verarbeitung in **rote**, **gelbe** und **grüne** Bereiche eingeteilt. Mit den Praktiken soll es den Produzenten ermöglicht werden, über einen mittelfristigen Zeitraum die „**roten Bereiche**“ zu verlassen und kontinuierlich ihre Methoden effizienter und damit profitabler umzusetzen. Der effiziente Prozess des permanenten Selbstmonitorings kann per Zufallsauswahl durch einen externen Verifizierer bestätigt werden, wenn Interesse besteht, den Kaffee als nachhaltiges Produkt zu vermarkten.

Aber was hat denn der Produzent von 4C?

In dem hart umkämpften Kaffeemarkt bietet 4C die Möglichkeit, durch die angebotenen Services, Praktiken und Ausbildungen die Kosten zu reduzieren und qualitativ hochwertigen Kaffee unter Berücksichtigung sozialer sowie ökologischer Basisregeln zu produzieren. Dies bietet Produzenten hervorragende Vermarktungsoptionen, besseren Zugang zu Krediten, Markttransparenz und einen höheren Wert ihrer Produkte auf dem Weltkaffeemarkt. Die Transparenz entlang der Handelskette stellt sicher, dass der Wert des Kaffees auch beim Produzenten ankommt. Handel & Industrie verpflichten sich parallel dazu, die Produzenten bei der Umsetzung zu unterstützen und ihre Praktiken ebenso transparent für den Konsumenten darzulegen.

...und der Konsument?

Das 4C Konzept wird nicht über ein Siegel auf der Kaffeepackung beworben. Vielmehr kann der Konsument sicher sein, dass der Kaffee, den er konsumiert die gewohnte hohe Qualität erhält und mit Respekt gegenüber der Gesellschaft und der Natur produziert wird. Dies macht ein neues Qualitätsmodell aus: Gleichbleibend hohe geschmackliche Qualität und gleichzeitig die Qualität einer sozial, ökologisch und ökonomisch nachhaltigen Produktion.

Alle Informationen: www.sustainable-coffee.de