

Kaffeekrise

Wem helfen die höheren Kaffeepreise?

(Org-Beitrag). Erstmals ist der Kaffee für Verbraucher wieder teurer geworden. Die großen Kaffeeröster haben den Verbraucherpreis um 70 Cent pro Pfund und mehr angehoben. In welchem Maß die kleinen Kaffeeanbauern in Mittel- und Südamerika, Asien und Afrika davon profitieren, ist noch ungewiss.

Zum einen ist der Preisanstieg zwar auf einen erhöhten Durchschnitts-Weltmarktpreis für Rohkaffee der Sorte Arabica von \$ 0,70 pro amerikanisches Pfund im Jahr 2004 auf über \$ 1,20 im März 2005 zurückzuführen. Dieser beruht jedoch nach Angaben des deutschen Kaffee-Verbandes auf zyklischen Marktschwankungen und nicht auf strukturellen Veränderungen in Kaffeeproduktion und -handel: Im Jahr 2004 überstieg die Nachfrage erstmals seit Beginn der Kaffeekrise das Angebot, vor allem aufgrund 20 % geringerer Ernteerträge in Brasilien.

Zum anderen sind Oxfams Befürchtungen eingetreten, und viele Kleinbauern haben inzwischen den Kaffeeanbau aufgegeben und suchen andernorts Arbeit. In der Dominikanischen Republik zum Beispiel stieg der Kaffeepreis erst, nachdem ca. 30.000 Produzenten zum Ausstieg aus dem Kaffeeanbau gezwungen worden sind. Aus der Sicht der Kleinbauern hat die eigentliche Krisenbewältigung noch nicht begonnen.

Es ist zu befürchten, dass der Preisanstieg falsche Impulse gibt und Kaffeebauern und Kaffeeröster davon abhält, langfristige Lösungen zur Bewältigung der Kaffeekrise wie die Diversifikation des Anbaus, Qualitätsverbesserungs- und Nachhaltigkeitsprogramme weiterzuverfolgen. Es besteht die Gefahr, dass sich der Angebotsüberschuss wieder aufbaut und einen erneuten Preisverfall auslöst.

Kaffee-Rettungsplan

In seinem Bericht "Bitter! Armut in der Kaffeetasse" aus 2002 hatte Oxfam einen Kaffee-Rettungsplan zur Bewältigung der Kaffeekrise unter Mitwirkung aller Beteiligten gefordert. Einige Forderungen konnten inzwischen teilweise umgesetzt werden: Die größten Erfolge konnten in den Produktionsländern erzielt werden. In Ecuador und Bolivien konnten die Kaffeebauern den Absatz von fair gehandeltem Kaffee um 80 % erhöhen, in Peru um 100 % und in Äthiopien sogar um 200 %. Oxfams Kaffeekampagne hat entscheidend zur Stärkung der Stellung der Kleinbauern in der Lieferkette beigetragen. Viele Bauern haben Kooperativen gebildet, die politischen Einfluss gewonnen haben. In einigen Ländern, z. B. Haiti, wurden nationale Kaffeestiftungen gegründet. Fair gehandelte Kaffee ist nun in vielen Produktionsländern ein zentrales Thema. Viele der großen Kaffeeröster sind in Dialog mit Oxfam getreten, und einige haben begonnen, fair gehandelten Kaffee zu vertreiben. Nestlé wird in Großbritannien in Kürze ein Sortiment fair gehandelten Kaffees einführen. Starbucks führt bereits seit 2002 fair gehandelten Kaffee; im Jahr 2004 betrug sein Anteil 1,6 % der gesamten Rohkaffee-Einkaufsmenge. Nach eigenen Angaben will Starbucks diesen Anteil im Jahr 2005 verdoppeln. Kraft hat sich verpflichtet, seinen Anteil an fair gehandeltem Kaffee auf 5 % zu erhöhen. Procter & Gamble haben im Herbst 2004 ein Sortiment fair gehandelten Kaffees auf den Markt gebracht.

Seit Beginn der Kaffeekrise erschweren jedoch die Tiefpreise für "Mainstream-Kaffee" auf dem Weltmarkt den Absatz von fair gehandeltem Kaffee. Im Gegensatz zum Anstieg in Großbritannien ist der Verbrauch von fair gehandeltem Kaffee in Deutschland gesunken. So hat sich im Jahr 2003 allein der Absatz von TransFair-Kaffee um 3 % verringert. Der gesamte Marktanteil von fair gehandeltem Kaffee lag 2003 in Deutschland unter 1 %. Es bleibt abzuwarten, wie sich die erhöhten Preise für Rohkaffee auf den Absatz von fair gehandeltem Kaffee auswirken werden.

Globale Initiativen

Der Common Code for the Coffee Community (CCCC, 4C) ist ein Public-Private-Partnership-Projekt, das für mehr Nachhaltigkeit bei Anbau, Verarbeitung und Handel von Rohkaffee sorgen soll. Beteiligt sind u. a. die Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ), der Deutsche Kaffee-Verband, Kraft Foods International, Nestlé, Sara Lee/Douwe Egberts, Tchibo, Volcafé, die Neumann Kaffee-Gruppe sowie Oxfam und VENRO (ehemals vertreten durch FIAN). Die 4C-Initiative befasst sich mit Handel und Produktion von konventionell gehandeltem "Mainstream"-Kaffee, nicht mit Nischenprodukten wie Kaffee aus fairem Handel. Sie ist eine freiwillige Selbstverpflichtung der Industrie zur Verbesserung von Kaffeeproduktion und -handel unter wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Aspekten. Im Januar 2005 hat die Testphase in einigen Pilotprojekten begonnen. Trotz prinzipieller Unterstützung des Projekts hängt die weitere Mitarbeit von Oxfam beim 4C-Projekt davon ab, ob u. a. bei

folgenden Konfliktpunkten eine akzeptable Lösung gefunden wird:

Die 4C-Initiative ist kein Ersatz für weitergehende Ansätze zur Lösung der Kaffeekrise, insbesondere nicht für die Fair-Trade-Bewegung. 4C-Kaffee darf den fair gehandelten Kaffee nicht verdrängen. Der Kodex verpflichtet die Kaffeeröster nicht zur Abnahme von 4C-Rohkaffee. Der Wert des Kodexes liegt aber gerade in seinem Potential, für Nachhaltigkeit im "Mainstream-Kaffeemarkt" zu sorgen. Ohne eine Verpflichtung der Kaffeeindustrie zur Abnahme substantieller Mengen 4C-Kaffees wird der Kodex jedoch lediglich ein zusätzliches Nischenprodukt hervorbringen.

Der Kodex sieht keinen fairen Preis für 4C-Kaffee vor, der es den Kleinbauern ermöglicht, die geforderten ökologischen und sozialen Produktionsstandards einzuhalten. Daher sollte er dies gegenüber den Verbrauchern eindeutig klarstellen. Andernfalls ist zu befürchten, dass der Kodex als Marketinginstrument missbraucht wird und Verbraucher fälschlicherweise annehmen, bei 4C-Kaffee handele es sich um fair gehandelten Kaffee.

Mehr Informationen zu Oxfam und zur 4C-Initiative

Die Globale Allianz zu Rohstoffen und Kaffee (Global Alliance on Commodities and Coffee - GLACC) hat Oxfam International zusammen mit Vertretern lateinamerikanischer Kaffeeorganisationen, z. B. dem Verband der Kaffeekleinbauern Lateinamerikas (Frente Solidario), ins Leben gerufen. Mit Oxfams finanzieller und technischer Unterstützung wurde im April 2004 ein Sekretariat in Tegucigalpa/Honduras eingerichtet. Die Organisation vertritt die Interessen der Kleinbauern bei Regierungen, der Internationalen Kaffeeorganisation und den genannten Initiativen wie der CCCC. Sie schlägt Mechanismen zur Preisstabilisierung vor und hat einen Aktionsplan 2004/2005 vorgelegt, der Nachhaltigkeit und Qualität beim Kaffeeanbau und für Kleinbauern und Produzenten angemessene Preise garantieren soll.

Im Rahmen der GLACC nimmt Oxfam auch an der Sustainable Coffee Partnership (SCP) teil, einem "Multi-Stakeholder"-Projekt von u. a. UNCTAD (United Nations Conference for Trade and Development) sowie verschiedenen Organisationen und Netzwerken im Bereich nachhaltiger Landwirtschaft. Das Projekt stellt eine Plattform dar, in der eine globale Strategie unter Einbeziehung sämtlicher Beteiligten bei Kaffeeproduktion und -handel zur Einführung höherer sozialer und ökologischer Standards in der Kaffeeproduktion entwickelt werden soll.

Entwicklungsprojekte

Oxfam International unterhält eine Vielzahl von Entwicklungsprojekten im Kaffeebereich. Oxfam Deutschland und Oxfam Amerika unterstützen z. B. eine guatemaltekische Kaffeekooperative bei der Erlangung des Siegels für fairen Handel. Außerdem werden Schulungsmaßnahmen zum effektiveren Kaffeeanbau durchgeführt. Oxfam Großbritannien arbeitet zusammen mit Starbucks an einem Entwicklungsprojekt in Äthiopien. Starbucks hilft äthiopischen Bauern, indem es sie dabei unterstützt, sowohl besseren Marktzugang als auch einen angemessenen Preis für ihren Kaffee zu bekommen.

(Samstag, 02.04.)