



Kaffee fertig?

***Wie die Kaffeekrise die Kleinbauern
in den Ruin treibt***

E v B

FÜR GLOBALE GERECHTIGKEIT
- SEIT 35 JAHREN

ERKLÄRUNG VON BERN

claro

It's fair trade.

- 4** Millionen von Bauern vor dem Ruin ▷ *André Rothenbühler*
- 8** Die Gleichgültigkeit der Reichen und der Regierungen
▷ *Carmen Ayón*
- 10** Flourierende Kaffekonzerne ▷ *André Rothenbühler*
- 13** Wege aus der Krise ▷ *Bernhard Herold*
- 15** Nestlé-Initiative zur Nachhaltigkeit ▷ *Bernhard Herold*
- 16** Zollfreiheit und Steuergeschenke für Nestlé? ▷ *Lara Cataldi*
- 19** Kaffee: Geburtshelfer für den Fairen Handel in der Schweiz ▷ *Guido Münzel*
- 21** Max Havelaar: Das Symbol des Fairen Handels ▷ *Guido Münzel*
- 22** Die Forderungen der Erklärung von Bern und claro fair trade AG
- 23** claro fair trade AG, Erklärung von Bern

[Impressum]

Dokumentation III/2003 September, Auflage: 20000

Herausgeberin: Erklärung von Bern EvB, Postfach, 8031 Zürich, Telefon 01 277 70 00, Fax 01 277 70 01, info@evb.ch, www.evb.ch **Texte:** Carmen Ayón, SAH; Lara Cataldi, Bernhard Herold, Erklärung von Bern; Guido Münzel, claro fair trade; André Rothenbühler, freier Journalist **Redaktion:** Sibylle Spengler **Grafik:** Clerici Partner, Zürich. **Druck:** ROPRESS Genossenschaft, Zürich. Gedruckt mit Bio-Farben Novastar auf Regeno-Recycling-Papier.

Bilder ganzseitig: Ursula Meisser. Starbucks Coffee Company, Zürich (Titelseite); Café Schober, Zürich (Seite 7); Bar e Caffetteria Marino, Porlezza (Seite 12); Café Odeon, Zürich (Seite 18);

EvB-Magazine sowie Dokumentationen zu speziellen Themen erscheinen 5- bis 6-mal jährlich. EvB-Mitgliederbeitrag: Fr. 50.- pro Kalenderjahr (inkl. Abonnement EvB-Magazin und EvB-Dokumentation).
Postkonto 80-8885-4

Fairer Handel für Kaffee?



Kaffee ist nach Erdöl der meistgehandelte Rohstoff der Welt. 25 Millionen Bauernfamilien, zumeist Kleinbauern, verdienen ihr Auskommen damit. Die zurzeit andauernde weltweite Kaffeekrise mit den real tiefsten Preisen seit 100 Jahren hat dramatische Folgen für diese Menschen. Viele von ihnen kämpfen um ihre Existenz. Deshalb haben die Erklärung von Bern und die claro fair trade AG beschlossen, zum Welternährungstag 2003 die Kaffeekrise zu thematisieren. Das Thema Kaffee begleitet die beiden Organisationen seit 1974: Die EvB verkaufte damals Ujamaa-Kaffee aus Tansania, eine der ersten Aktionen für Fairen Handel, aus der letztlich die claro fair trade AG hervorging.

Während die Kaffeeproduktionsländer Anfang der 90er-Jahre noch für rund 11 Milliarden US-Dollar Kaffee exportierten, der dann für 30 Milliarden Dollar bei den Konsumenten abgesetzt werden konnte, liegt dieses Verhältnis heute bei 5,5 Milliarden Dollar Exporte gegenüber 70 Milliarden Dollar Endverkäufen. Der Anteil der Kaffeeproduzenten am Kaffeeverkaufspreis bei uns sinkt also kontinuierlich. Kann da noch von Fairness im Welthandel die Rede sein?

In dieser Dokumentation zeigen wir die prekäre Lage der Kaffeebauern auf. Wir möchten damit jedoch auf keinen Fall Schuldgefühle bei den Kaffeekonsumierenden auslösen. Im Gegenteil, jede/r kann konkret etwas für die Kaffeeproduzenten und ihre Familien tun: Sich eine weitere Tasse Kaffee gönnen, am besten solchen aus Fairem Handel.

- ▷ Gertrud Meyer, claro fair trade AG (Bild oben)
- ▷ Bernhard Herold, Erklärung von Bern (Bild unten)

Rund 25 Millionen Kaffeeproduzentinnen und -produzenten sind weltweit von der Krise auf dem Kaffeemarkt betroffen. Die Mehrzahl sind Kleinbäuerinnen und -bauern, die ihren Kaffee inzwischen zu einem Preis verkaufen müssen, der weit unter den Produktionskosten liegt. Die Folgen sind verheerend: Es ist nicht mehr genügend Geld da für Essen, Kleider und Medikamente. Kinder werden von der Schule genommen. Landarbeiterinnen und -arbeiter verlieren ihre Stelle.

Millionen von Bauern vor dem Ruin

▷ André Rothenbühler



Kaffeekleinbauernfamilie in Cerro de Hule, Honduras

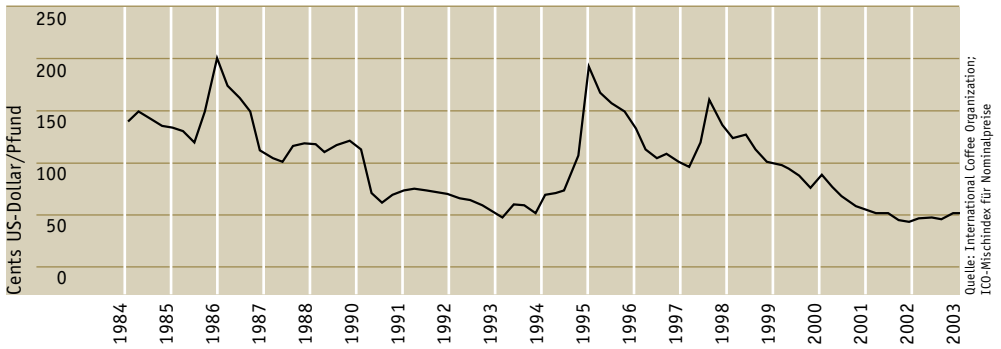
Kaffee, der nach Erdöl meistgehandelter Rohstoff der Welt, wird in mehr als 70 Ländern angebaut. Rund die Hälfte aller Exporte und über 60 Prozent der weltweiten Produktion entfallen auf Brasilien, Vietnam, Kolumbien und Indonesien. 70 Prozent des Rohkaffees wird auf Höfen von weniger als zehn Hektar angebaut, in der überwiegenden Zahl kleine Familienbetriebe mit Flächen zwischen einer und fünf Hektaren.

Dramatischer Preiserfall

Früher konnten die Kleinbauern von ihren Ernten recht gut leben. In der Kilimandscharo-Region in Tansania beispielsweise sorgten die Einnahmen aus dem Kaffeeanbau für hohe Alphabetisierungsraten und ein überdurchschnittliches Ernährungsniveau. In Kolumbien wurden mit den Kaffeelerösen Schulen, Infrastruktur und Fortbildungen für Bäuerinnen und Bauern finanziert, wie es in einer Studie der unabhängigen internationalen Hilfsorganisation Oxfam¹ heisst.

Die Preise auf dem Weltkaffeemarkt waren immer grossen Schwankungen ausgesetzt, doch Ende der 80er-Jahre begann ein dramatischer Preiserfall. Nach einer Erholungsphase Mitte der 90er-Jahre (bedingt durch Fröste bzw. eine Dürre in Brasilien) fiel der Kaffeepreis ab Mitte des Jahres 2000 auf das real tiefste Niveau seit 100 Jahren, wo er seither verharrt. Der gewichtete Durchschnittspreis der International Coffee Organization (ICO) lag in den 80er-Jahren durchschnittlich bei etwa 1.2 US-Dollar pro Pfund (1.63 Schweizer Franken pro 454 g). Im Jahr 2002 waren es noch 50 Cents (siehe Grafik).

Entwicklung des Kaffeepreises seit 1984



Seit Mitte des Jahres 2000 liegt der Kaffeepreis auf einem Rekordtief von etwa 0.50 US-Dollar pro Pfund. Der Preiszerfall begann Ende der 80er-Jahre, unterbrochen von zwei Preisanstiegen Mitte der 90er-Jahre (infolge von Frösten bzw. einer Dürre im Hauptproduktionsland Brasilien).

USA bringen Kaffeekartell zu Fall

Bis 1989 wurde Kaffee während rund 30 Jahren auf einem durch das Internationale Kaffeeabkommen (ICA) regulierten Markt gehandelt. Die Preise für Rohkaffee wurden durch Exportquoten für die Produzentenländer innerhalb einer Bandbreite von 1.20 bis 1.40 US-Dollar pro Pfund gehalten. Das System der Preisregulierung ähnelte jenem der Organisation der Erdöl exportierenden Länder (OPEC) mit dem Unterschied, dass beim Kaffeekartell auch die Konsumentenländer – allen voran die USA, die einen Viertel des weltweit nachgefragten Kaffees importieren – einbezogen waren.

Während des Kalten Krieges hatten die USA das Kaffeeabkommen unterstützt, um zu verhindern, dass sich unzufriedene Kaffeebauern kommunistischen Bewegungen in Lateinamerika anschließen. Nach dem Fall des Eisernen Vorhangs schieden die USA aus dem Kaffeekartell aus, was Ende 1989 zu dessen Auflösung führte. Weitere Gründe dafür waren das Feilschen der Produzentenländer um höhere Exportquoten, die Nichteinhaltung von Vereinbarungen und der schwierige Marktzugang für neue Produzenten.

Vietnam sorgt für Kaffeeschwemme

Seit den 90er-Jahren streben die Weltbank und der IWF die Integration der Entwicklungsländer in den Welthandel an. Dahinter steht der Glaube, dass die Ankurbelung des Handels den Entwicklungsländern mehr Wachstum beschert, wovon schliesslich auch die Armen profitieren würden. Dabei sollen sich die Entwicklungsländer auf jene Exportgüter spezialisieren, bei denen sie gegenüber anderen Ländern einen komparativen Vorteil haben. Das sind arbeitsintensive und landwirtschaftliche Güter wie zum Beispiel Kaffee.



Kaffee-Jungpflanze

Bernhard Herold

In Vietnam hat die jährliche Kaffeeproduktion deshalb von 2,3 Millionen Sack zu 60 kg im Jahr 1992 auf 14,8 Millionen Sack im Jahr 2000 zugenommen (seither ist sie auf etwa 11 Millionen Sack zurückgegangen). Vietnam avancierte so hinter Brasilien vorübergehend zum zweitgrössten Kaffeeproduzenten und -exporteur der Welt. Dies und die Erhöhung der Erntemengen in Brasilien im Jahr 2002 haben zu einem extremen Überangebot auf dem Markt geführt: Für das Kaffeejahr 2002/03 wird die gesamte produzierte Kaffeemenge nach Angaben der ICO auf rund 119 Millionen Sack geschätzt, gegenüber einem Konsum von 110 Millionen Sack. Darüber hinaus belaufen sich die Lagerbestände auf etwa 40 Millionen Sack.

Kaffeekonzerne setzen auf billigeren Robusta

Der Kaffeeboom in Vietnam wäre aber nicht möglich gewesen ohne die Ausweitung des Marktes für die im Vergleich zu Arabica geringere wertige, billigere und im Anbau weniger schwierige Robusta-Sorte, die den Grossteil der vietnamesischen Kaffeeproduktion ausmacht. Die grossen Röstkonzerne (Kraft, Nestlé, Sara Lee, Procter & Gamble, Tchibo; siehe Seite 10) konnten, wie Nicolas Stein im US-Magazin «Fortune» schreibt, der Versuchung nicht widerstehen, in ihren Kaffeemischungen den Anteil von Arabica zugunsten von Robusta spürbar zu reduzieren, um Kosten zu sparen. Dazu mussten sie aber zuerst Technologien entwickeln, um den bitteren Geschmack der Robusta-Sorte zu neutralisieren.

Während der Kaffeemarkt mit Robusta überschwemmt wird, ist das Angebot an hochwertigen Arabicas knapp geworden. Dazu beigetragen hat die markant gestiegene Nachfrage nach Spezialitäten wie «Blue Mountain» aus Jamaica.

Wenig Alternativen

Seit dem Jahr 2001 sind weder die Produzenten von Robusta- noch von Arabica-Kaffee in der Lage, mit den Verkaufserlösen ihre Gesamtkosten zu decken. Dies hat zur Folge, dass viele Familien in Lateinamerika, Afrika und Asien Hunger leiden und ihre Kinder von der Schule nehmen müssen. Ein Ausstieg aus dem Kaffeeanbau ist jedoch schwierig: Für die Umstellung auf andere Erzeugnisse fehlt es an Geld und am Wissen über Anbaumethoden und Absatzmöglichkeiten. Der Protektionismus in den USA und in Europa macht Alternativen ebenfalls wenig realistisch. Zudem stecken neben Kaffee auch andere Rohstoffe wie Zucker, Reis oder Baumwolle in der Krise.

Gemäss der Weltbank haben im Kaffeesektor allein in Mittelamerika inzwischen Hunderttausende von Landarbeiterinnen und -arbeitern ihre Stelle verloren. In Mexiko und Honduras versuchen Bäuerinnen und Bauern dem Elend durch Flucht in die USA zu entkommen. In Peru, Kolumbien und Bolivien wird der Kaffeeanbau durch Koka – dem Rohstoff für die Herstellung von Kokain – ersetzt.

Ganze Volkswirtschaften kommen ins Strudeln

Arme Länder, die vom Kaffee abhängig sind, geraten in eine Entwicklungskrise. Da die Importpreise nicht im selben Ausmass wie die Exportpreise fallen, verschlechtern sich die Austauschrelationen (terms of trade). Und da die Auslandsschulden in US-Dollar festgeschrieben werden, der Dollarwert des Rohkaffeeexports aber kontinuierlich sinkt, wird der Abbau der Schulden immer schwieriger. Für Rettungsmassnahmen (Stützkäufe, fixe Abnahmepreise) für die Kleinbauern müssen die Regierungen Geld aufnehmen und verschulden sich noch mehr.

¹ Siehe www.maketradeair.com



▷ *Carmen Ayón, Koordinatorin des Schweizerischen Arbeiterhilfswerks (SAH) in Nicaragua, im Gespräch mit César Arauz (Bild rechts), Kaffeeproduzent und Präsident des zu Cecocafen gehörenden Genossenschaftsverbands «UCA Bernardino Díaz Ochoa» in La Dalia. (Übersetzung: Rebecca Allenspach, SAH, Zürich)*



Die Gleichgültigkeit der Reichen und der Regierungen

Carmen Ayón: Welche Auswirkungen haben die tiefen Kaffeepreise auf die Bauern in Nicaragua?

César Arauz: Die Bauern können von ihren Einkünften nicht leben. Ihre Kinder leiden Hunger oder sterben gar an schwächebedingten Krankheiten. Diejenigen, welche Land besitzen, verkaufen es und leben eine Zeit lang vom Erlös. Die Landlosen werden zur Migration gezwungen, da die Banken sie aus ihren Häusern vertreiben. Sie finden keine neue Arbeit, ihre Kinder beginnen zu stehlen oder prostituieren sich, um sich ihr tägliches Brot zu sichern. Das Familiengefüge löst sich auf.

Das Schlimmste ist die Gleichgültigkeit der Reichen und der Regierungen, unsere eigene mit eingeschlossen. Damit wird uns die letzte Hoffnung auf eine Besserung genommen.

Gibt es diese Probleme in Ihren Kooperativen?

In unserer Organisation konnten wir diese Probleme zu einem grossen Teil vermeiden. Wir leben zwar in einfachen Verhältnissen,

aber mit Würde. Dank Cecocafen und dem Fairen Handel können wir unseren Kindern sogar Stipendien für eine technische Schule oder ein Studium an der Universität ermöglichen. Wir sind die Krise gemeinsam angegangen und haben von Anfang an versucht, Lösungsstrategien zu erarbeiten. So ist 1997 Cecocafen entstanden und jetzt, im Jahr 2002, Cafenica.

Die schlechten Preise machen uns sehr zu schaffen. 50 Prozent der Ernte müssen wir fast verschenken. Aber dank den anderen 50 Prozent können wir dies wieder einigermassen ausgleichen.

Was tun Sie, um die Krise zu bewältigen?

Wir haben die Organisation und die Solidarität unter den Landarbeitern verstärkt und uns mit ihnen verbündet. Wir bemühen uns, beim Kaffee eine hohe Qualität zu erreichen und mehr Bio-Kaffee zu produzieren und diesen zertifizieren zu lassen. Mit Cecocafen haben wir einen Langzeitkredit mit tiefen Zinsen aushandeln können. Ich habe bei-

spielsweise knapp 3 Hektaren und hoffe, dass sie nächstes Jahr Bio-zertifiziert werden.

Wir tun unser Möglichstes, um die Ausgaben zu senken, ohne dass die Qualität darunter leidet. Der Dünger wird direkt auf dem Bauernhof produziert und nicht extern eingekauft.

Wir sind dabei, wieder aufzuforsten und die landwirtschaftliche Produktion zu diversifizieren. Wir müssen lernen, unsere Ressourcen voll auszuschöpfen. Dabei geht es nicht nur um Kaffee, sondern auch um Gemüse und Vieh.

Wer ist Cecocafen?

Cecocafen (Central de Cooperativas Cafetaleras del Norte) ist eine Partnerorganisation des Schweizerischen Arbeiterhilfswerks SAH in Nicaragua. Cecocafen ist eine seit 1997 bestehende Selbsthilfeorganisation kleiner und mittlerer Kaffeeproduzenten. Ihr Ziel ist es, die Kaffeeproduktion zu erhöhen und die Kaffeequalität zu verbessern. Cecocafen liefert den Kaffee für den «Nica espresso» von claro, eine intensive Mischung erlesener Arabica- und Robusta-Kaffees für den Ristretto, Espresso oder Cappuccino.

Was tut Cecocafen?

Cecocafen hat Cafenica initiiert, eine Vereinigung der kleinen Kaffeeproduzenten Nicaraguas. Diese Organisation exportiert 15 Prozent der nationalen Kaffeeproduktion und den grössten Teil des Bio-Kaffees.

Cecocafen bildete Allianzen mit zentral-amerikanischen Kaffeekooperativen, um den Absatz des Kaffees zu verbessern.

Cecocafen investiert in die konstante Verbesserung der Qualität ihres Kaffees, indem sie den biologischen Anbau konsequent fördert und die spezifischen regionalen Eigenheiten des Kaffees hervorhebt.

Die Auswirkungen der Kaffeekrise auf die nicaraguanische Wirtschaft sind verheerend: Die Produktion ist von 1,6 Millionen Sack (zu 60 kg) im Jahr 2000 auf 817 000 Sack im Jahr 2002 gesunken. Für Nicaragua bedeutet dies einen erheblichen Verlust, zumal das Land zur Gruppe der hoch verschuldeten armen Länder der Welt gehört. Einige Auswirkungen der Krise:

- > Die Regierung hielt das im September 2002 mit den Kaffeeproduzenten und -arbeitern getroffene Abkommen von Las Tunas¹ in etlichen wirtschaftlich relevanten Punkten (Landtitulierung, Neuprüfung abgelaufener Kleinkredite für Produzenten usw.) nicht ein. Viele Bauernbetriebe sind deshalb stark verschuldet und sollen auf Druck des Internationalen Währungsfonds (IWF) versteigert werden – mehrheitlich an ausländische Käufer. Die Unsicherheit der auf diesen landwirtschaftlichen Betrieben wohnenden Landarbeiterfamilien ist gross. Tausende werden ihren Wohnsitz verlieren.
- > Die KaffeearbeiterInnen leiden grosse Not und betteln auf der Landstrasse um Nahrung.
- > Die nachfolgende Ernte ist nicht finanziert, und die Kaffeepflanzungen werden vernachlässigt.

¹ Protestbewegungen und anschliessende Verhandlungen zwischen Regierung und zivilgesellschaftlichen Kräften führten im September 2002 zum Abkommen von Las Tunas. Die getroffenen Vereinbarungen beinhalten u. a. die Schaffung von produktiven Arbeitsplätzen, Landverteilung, die Verbesserung der medizinischen Grundbetreuung, Mittagstische für Kinder und ein Familiengarten-Programm.

Cecocafen hat im April 2003 an der jährlichen «Specialty Coffee Association of America Exhibition» in Boston teilgenommen und den ersten Preis gewonnen.

Das Volumen der Kaffeeproduktion von Cecocafen kann dank neuen Käufern im Rahmen des Fairen Handels konstant gehalten werden. Zurzeit wird 50 Prozent des produzierten Kaffees auf diese Art und Weise vermarktet.

Während viele Kleinbäuerinnen und -bauern ihre Kosten nicht mehr decken können und sich die Margen im Einzelhandel in engen Grenzen halten, haben die Röstkonzerne in den letzten Jahren hohe Profite erwirtschaftet. Doch nun sind diese mit dem Problem sinkender Kaffeequalität konfrontiert.

Florierende Kaffeekonzerne

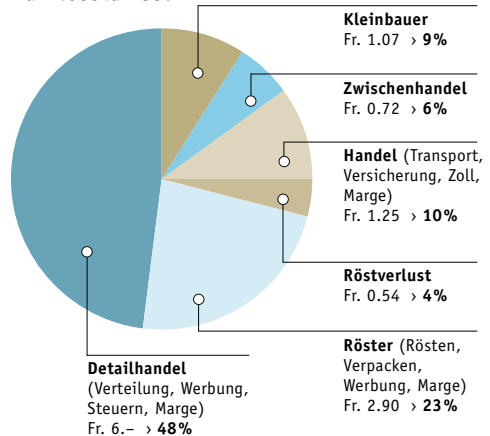
▷ André Rothenbühler

Zwischen 1975 und 1990 hat sich die Zahl der im internationalen Rohkaffeehandel und in der Herstellung von Röst- und Instantkaffee tätigen Unternehmen spürbar verkleinert. Heute wird der Markt von wenigen grossen Anbietern dominiert. Die fünf grössten Röstkonzerne Kraft (Tochter von Philip Morris), Nestlé, Sara Lee, Procter & Gamble und Tchibo hatten im Jahr 2000 zusammen einen Anteil am Rohkaffeeeinkauf von 44 Prozent. Zu ihren Marken zählen Maxwell House, Jacobs (Kraft), Nescafé (Nestlé), Folgers (Procter & Gamble), Douwe Egberts (Sara Lee), Tchibo und Eduscho (beide Tchibo). Laut Denis Seudieu, Chefökonom der International Coffee Organization (ICO), machen diese Konzerne von allen Akteuren im Kaffeegeschäft die grössten Profite (siehe Grafik rechts).

Kaffeekonzerne mit Rekordeinnahmen

Sie haben auch in den vergangenen Jahren, als die Rohkaffeepreise einbrachen, immer noch satte Profite erwirtschaftet. So verzeichnete Sara Lee gemäss der Oxfam-Studie im Geschäftsjahr 2000 im Getränkebereich, der vorwiegend aus Kaffee besteht, auf dem US-Markt eine Umsatzrendite von fast 17 Prozent. In einem Analysebericht der Deutschen

Wer erhält wie viel vom Detailhandelspreis für Röstkaffee?



Beim konventionellen Kaffee entfallen vom Detailhandelspreis von Fr. 12.48 pro kg weniger als 10 Prozent auf den Kleinbauern. Fast die Hälfte des Verkaufspreises geht an den Detailhändler.

Quelle: Max Havelaar

Bank aus dem Jahr 2000 wird geschätzt, dass Nestlé im Kaffeebereich eine Umsatzrendite von 26 Prozent erzielte. 2001 verzeichnete Tchibo im Konzernbereich Kaffee mit einem Gewinnanstieg von 47 Prozent das erfolgreichste Geschäftsjahr seiner Geschichte. Für 2001 gab auch Procter & Gamble ein Rekordjahr im Kaffeebereich bekannt.



www.coffeeresearch.org

Geschmackstest bei Kaffee

Harter Wettbewerb im Einzelhandel

Und wie haben sich die Einzelhandelspreise (ohne Fair Trade) entwickelt? Im Jahr 1993 verkaufte die Migros 500 g Filterkaffee Bohnen für CHF 5.30 und 500 g Espresso-kaffee für CHF 4.10. Zehn Jahre später sind die Preise nur leicht höher: 500 g Filterkaffee Bohnen kosteten in der Migros im Juni 2003 CHF 5.60 und 500 g Espresso-kaffee CHF 4.50. Weit teurer ist der lösliche Kaffee: Im Coop kosteten im Juni 2003 200 g Nescafé CHF 14.70 gegenüber CHF 13.00 Anfang der 90er-Jahre. Zu berücksichtigen sind dabei die zahlreichen Sonderangebote. So werden bei Coop über 50 Prozent der Eigenmarke über Aktionen verkauft.

Bauern abhängig vom Zwischenhandel

Die schwächsten Glieder in der Wertschöpfungskette sind die Kleinbauern. Im Mai dieses Jahres lag der Weltmarktpreis für «other mild Arabicas» gemäss ICO bei durchschnittlich 66 Cents pro Pfund, für «Robustas» bei rund 38 Cents. Davon erhalten die unorganisierten Kleinbauern vom lokalen Zwischenhändler nur 50 bis 70 Prozent. Grund: Diese sind gemäss der Fair-Trade-Organisation Max Havelaar häufig völlig abhängig von dem Preis, den ihnen die

Zwischenhändler anbieten. Je schlechter die Nachfrage ist, desto tiefer ist das Angebot, weil die Zwischenhändler selbst das kommerzielle Risiko tragen. Zudem gibt es oft mehrere Zwischenhandlungsstufen.

Die tiefen Weltmarktpreise haben dramatische Auswirkungen auf die wertmässigen Exporte der Produzentenländer: In den frühen 90er-Jahren haben sie noch für 10 bis 12 Milliarden US-Dollar jährlich Kaffee exportiert, der dann für 30 Milliarden US-Dollar bei den Endkunden abgesetzt wurde. Heute betragen die Produzenten-Einkünfte gemäss der ICO noch 5,5 Milliarden US-Dollar gegenüber Endverkäufen von über 70 Milliarden US-Dollar. Anzuführen ist, dass 94 Prozent des Kaffees die Produzentenländer als «grüne», d.h. ungeröstete Kaffeebohnen verlassen, die anderswo weiterverarbeitet werden.

Sinkende Qualität des Kaffees

Eine andere Folge der tiefen Preise ist die sinkende Qualität, die auch den Röstkonzernen Sorge bereitet. Ein Grund ist die Umstellung von Arabica auf den minderwertigen Robusta. Den Bauern fehlt aber auch das Geld für den Kauf von Dünger. Und während früher grosse Kaffeebetriebe von Hand geerntet haben, um sicherzustellen, dass nur reife Kaffeeirschen gepflückt werden, wird jetzt maschinelles Ernten immer üblicher. Um dies weiter zu erleichtern, wird seit einigen Jahren an einem Gentech-Kaffee geforscht, bei dem alle Kaffeeirschen gleichzeitig reifen. Dadurch würden weitere Kleinbauern und Landarbeiter ihre Arbeit verlieren (vgl. EvB/Swissaid-Kampagne zum Welternährungstag 2001).



CORRIERE DELLA SERA
MILANO

Blackout? Non faremo come New York



Welfare per l'abbigliamento



70%

Seit Oxfam International im Jahr 2001 begonnen hat, mit einer Kampagne auf die globale Kaffeekrise aufmerksam zu machen, hat sich einiges getan. Verschiedene internationale Organisationen, Kaffeehandelsfirmen, Röstkonzerne und Regierungen sind aktiv geworden. Langsam kristallisiert sich eine Initiative heraus, welche vielversprechend erscheint.

Wege aus der Krise

▷ Bernhard Herold

Aufgrund der dramatisch sinkenden Kaffeepreise und der Riesengewinne der grossen Kaffeekonzerne veröffentlichte Oxfam International im Mai 2001 einen ausführlichen Bericht zur Kaffeekrise und legte einen detaillierten Kaffee-Rettungsplan¹ vor. Dieser zielt darauf ab, die wichtigsten Akteure auf dem Kaffeemarkt zusammenzubringen, um gemeinsam eine Lösung der Krise und eine Stabilisierung des Marktes zu erreichen. Der Rettungsplan soll dazu führen, dass die Röster bzw. Kaffeehandelsfirmen sich dazu verpflichten, den Kaffeeproduzenten einen angemessenen Preis zu bezahlen und zunehmend grössere Mengen zu Fair-Trade-Bedin-

gungen zu kaufen. Ferner sollen sie nur noch mit Kaffee handeln, welcher den Standards des Qualitätsverbesserungsprogramms der International Coffee Organization (ICO) entspricht (siehe unten). Es soll ein Diversifizierungsfonds eingerichtet werden, um Bauern mit niedriger Produktivität bei der Umstellung auf alternative Kulturen zu unterstützen. Die umstrittenste Forderung von Oxfam schliesslich ist eine Vernichtungsaktion für 5 Millionen Sack Kaffee zu 60 kg von minderwertiger Qualität.

Oxfam als Auslöser für Verhandlungen

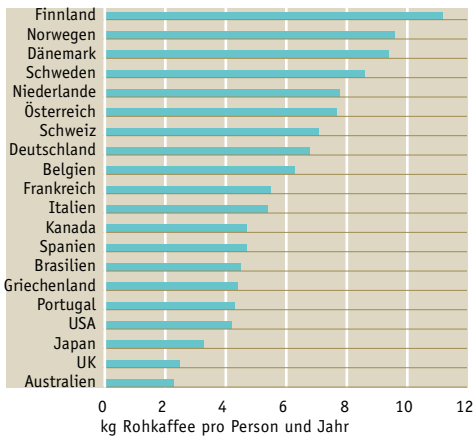
Die Kampagne hat mehrere internationale Krisensitzungen zur Folge gehabt. Im Mai 2003 fand zum Beispiel in London ein gemeinsam von der ICO und der Weltbank organisierte Rundtisch-Veranstaltung statt. Dabei betonte der Weltbankvertreter Kevin Cleaver, dass die Lösung der Krise ausserhalb des Kaffeesektors liege: Die Industrieländer müssten endlich ihre Agrarmärkte für alternative Produkte aus Entwicklungsländern öffnen und ihre Subventionen abbauen. Die Weltbank hält also an ihrer Agrarexport-Vision für die Entwicklungsländer fest, obwohl gerade diese Strategie regelmässig zu Marktüberschüssen, sinkenden Preisen und damit sinkenden Einkommen für die Produzenten

ICO-Qualitätsförderungsprogramm

Die ICO verfolgt schon seit längerem ein Programm zur Verbesserung der Kaffeequalität. Die am 1. Februar 2002 verabschiedete Resolution 407 sieht minimale Qualitätsstandards vor, die von den Exportländern ab 1. Oktober 2002 eingehalten werden sollten. Von den Importländern wird verlangt, dass sie das Programm unterstützen, indem sie dem ICO-Sekretariat Importe melden, die den ICO-Standards nicht entsprechen. Verschiedene Importländer, darunter auch die Schweiz, bezweifeln allerdings die WTO-Kompatibilität dieser Massnahmen. Eine erste Evaluation des Programms findet an der Sitzung des ICO-Rats im September 2003 in Cartagena, Kolumbien, statt.

in diesen Ländern führt. Néstor Osorio, der Exekutivdirektor der ICO, plädierte seinerseits für vermehrte Anstrengungen zur Ankurbelung des Konsums, besonders in jenen Ländern, in denen der Pro-Kopf-Konsum noch sehr tief sei (siehe Grafik unten). Ferner müssten die schlechten Qualitäten vom Markt genommen werden. In diese Richtung geht auch der Vorschlag von Walter Zwald, früherer Präsident der Schweizerischen Kaffeehändlervereinigung, der für die Schaffung eines internationalen Kaffeefonds plädiert, der je hälftig für Massnahmen zur Konsumförderung und für Massnahmen in den Produktionsländern zur Verbesserung der Qualität und der Lebensbedingungen verwendet würde. Gespiessen würde der Fonds durch Beiträge von Seiten der Kaffeeimporteure in der Höhe von 1 US-Dollar je 50 kg Rohkaffee. Während die Idee von der ICO und der Weltbank mit Interesse aufgenommen worden ist, äussern sich Kaffeehändler und -röster eher skeptisch.

Pro-Kopf-Kaffeeconsum



Die mit Abstand grössten Kaffeetrinker der Welt sind die Finnen, gefolgt von den Norwegern, Dänen und Schweden.

Quelle: Volcafe (Schätzungen für das Jahr 2002)

Besorgte Parlamente

Auf politischer Ebene ist in verschiedenen Gremien Druck aufgebaut worden. Im November 2002 haben sowohl der US-Senat als auch das Repräsentantenhaus eine Resolution verabschiedet, in welcher Präsident Bush aufgerufen wird, multilaterale Anstrengungen zur Bewältigung der Krise zu unterstützen. Im April 2003 verabschiedete auch das Europäische Parlament eine Resolution, in der es die Kommission unter anderem auffordert, die Kaffeeerzeuger dabei zu unterstützen, Nischenmärkte für Fair-Trade- und Bio-Kaffee besser zu nutzen.

Weltweiter Code für eine nachhaltige Kaffeewirtschaft

Eine der vielversprechenden Initiativen ist ein gemeinsam von der Deutschen Gesellschaft für technische Zusammenarbeit (GTZ) und dem Deutschen Kaffeeverband lanciertes Projekt für die Entwicklung eines weltweiten Codes für eine nachhaltige Produktion, Verarbeitung und Vermarktung von Rohkaffee («Common Codes for the Coffee Community»²). Im Mai 2003 wurde diese Initiative mit dem Einbezug anderer «Stakeholders» auf internationales Niveau angehoben: Neben Produzentenorganisationen aus allen wichtigen Produktionsländern sind nun auch mehrere Röstkonzerne, Handelsfirmen und Nichtregierungsorganisationen sowie die ICO vertreten. Der Prozess ist allerdings fragil, da die Interessengegensätze der verschiedenen «Stakeholders» gross sind. Der Steuerungsausschuss kommt im September 2003 in Kolumbien im Vorfeld der ICO-Sitzungen erneut zusammen, um die Arbeiten fortzusetzen. Zur Diskussion steht auch eine Fusion dieser Initiative mit der von Nestlé im Rahmen der «Sustainable Agriculture Initiative» lancierten Kaffee-Initiative (siehe Seite 15).

¹ Siehe: www.maketradeair.com

² Siehe: www.sustainable-coffee.net

Für Hans Jöhr, Leiter des Landwirtschaftsdienstes bei Nestlé, ist der Ausstieg von Millionen von nicht wettbewerbsfähigen Kaffeekleinbauern aus der Produktion unvermeidlich. Was Nestlé vorschwebt, ist eine vor allem betriebswirtschaftlich nachhaltige Kaffeeproduktion, bei welcher die ganze Kette vom Produzenten bis zum Konsumenten einbezogen wird.

Nestlé-Initiative zur Nachhaltigkeit

▷ *Bernhard Herold*

Hans Jöhr geht davon aus, dass von den gegenwärtig 25 Millionen Kaffeeproduzenten 5 bis 10 Millionen aus der Kaffeeproduktion aussteigen müssen. Für Produzenten in suboptimalen Lagen sieht er wenig Überlebenschancen. Jöhr vergleicht die Krise auf dem Kaffeemarkt mit ähnlichen Krisen in der Vergangenheit auf anderen Agrarmärkten wie zum Beispiel Gummi oder Kakao, die ebenfalls zu weltweiten Produktionsverlagerungen und -konzentrationen geführt hätten.

Die Sorgen von Nestlé

Wenn auch die globalen Marktkräfte und deren Folgen im Nestlé-Hauptsitz als gegeben betrachtet werden, macht sich die Firma doch Gedanken über ihre langfristige Versorgung mit qualitativ hochwertigen Rohstoffen und sieht diese offenbar gefährdet. Als Markenartikelhersteller ist Nestlé stark exponiert und muss sich mit der Qualität der verwendeten Rohstoffe und den Bedingungen, unter denen diese hergestellt werden, auseinandersetzen. Vor diesem Hintergrund hat Nestlé im vergangenen Jahr zusammen mit Danone und Unilever die «Sustainable Agriculture Initiative» (SAI)¹ ins Leben gerufen. Deren Ziel ist es, eine nachhaltige landwirtschaftliche Produktion zu fördern, welche die Bereitstellung von qualitativ hochwertigen und wett-

bewerbsfähigen Rohstoffen in der Zukunft sicherstellt, wobei die natürlichen Ressourcen erhalten und die Lebensbedingungen der lokalen Bevölkerung verbessert werden sollen.

Kaffee-Initiative der Konzerne

Dass der Kaffee eines der ersten Produkte ist, deren sich die SAI annimmt, ist eine Folge der auf die grossen Kaffeekonzerne ausgerichteten Oxfam-Kampagne (auch wenn man dies im Nestlé-Hauptsitz in Vevey nicht zugeht). Es erstaunt daher nicht, dass sich in kurzer Zeit einige der wichtigsten Spieler auf dem Kaffeemarkt der SAI angeschlossen haben, nämlich Kraft, Tchibo, Volcafe, Neumann und Efico.

Die SAI-Arbeitsgruppe für Rohkaffee, in welcher bis jetzt bloss der Handel und die Industrie vertreten sind, will als nächstes einen allgemeinen Nachhaltigkeitsstandard für Kaffee und Indikatoren für nachhaltige Produktionsmethoden ausarbeiten. Die Umsetzung der nachhaltigen Produktion und Verarbeitung nach der Ernte soll schrittweise umgesetzt werden, wobei dann auch internationale Organisationen (wie die ICO oder die Weltbank), NGOs und Regierungen einbezogen werden sollen.

¹ Siehe www.saipatform.org

Eine der weltweit 27 Nescafé-Fabriken befindet sich in Orbe, im Kanton Waadt. Dort hat Nestlé auch die globale Produktion eines neuen Kaffeeproduktes konzentriert: Nespresso. Warum investiert Nestlé ausgerechnet in Orbe? Eine Geschichte über die Beziehung der Schweiz zur EU, das Bankgeheimnis und Steuergeschenke – die typische Geschichte eines Multis.

Zollfreiheit und Steuergeschenke für Nestlé?

▷ Lara Cataldi

Die Nestlé-Gruppe erzielte im Jahr 2002 einen weltweiten Umsatz von 89,2 Milliarden Franken¹ und einen Nettogewinn (nach Abzug der Zinsen, Steuern und Abschreibungen) von 7,6 Milliarden Franken, was 8,5 Prozent des Umsatzes entspricht. Das ist ein ausgezeichnetes Resultat für ein Nahrungsmittelunternehmen. Der lösliche Kaffee, weltweit bekannt unter dem Markennamen Nescafé, nimmt mit einem Umsatzanteil von 8,3 Milliarden Franken (9,3 Prozent des Totals) nach wie vor eine wichtige Stellung ein. Weltweit gibt es 27 Nescafé-Fabriken, wovon 14 sich in Entwicklungsländern befinden. Eine Nescafé-Fabrik befindet sich in der Gemeinde Orbe im Kanton Waadt. Diese stellt etwa 3 Prozent der gesamten Nestlé-Produktion von löslichem Kaffee her. Ein Teil der Produktion wird in die EU exportiert.

Neuinvestitionen in Orbe

In Orbe hat Nestlé in den letzten Jahren aber auch in eine neue Kaffee-Linie investiert. Sie hat dort das weltweite Produktionszentrum für Nespresso aufgebaut. Beim Nespresso handelt es sich nicht um einen löslichen Kaffee, sondern um einen Röstkaffee, der in kleine Alukapseln abgefüllt wird und für deren Verwendung man eine spezielle Kaffeemaschine benötigt, die von Nestlé ent-

wickelt und patentiert worden ist. Während man die Maschine in normalen Haushaltgeschäften kaufen kann, müssen die Nespresso-Kapseln über den Nespresso-Club bezogen werden. Die Preise belaufen sich auf etwa 46 Rappen pro Kapsel zu 4 Gramm Kaffee. Umgerechnet kostet dieser Röstkaffee also etwa 115 Franken pro Kilogramm, etwa das 80-fache des Rohkaffeepreises.

Warum investiert Nestlé ausgerechnet in der Schweiz, wo doch diese kein EU-Mitglied

Schweizer Rohkaffee-Importe und Röstkaffee-Exporte

Schweizer Importe von Rohkaffee

Jahr	Gewicht in Tonnen	Wert in Mio. Fr.	Durchschnittswert in Fr./kg
2000	66 640	233	3.5
2001	69 744	191	2.7
2002	66 870	146	2.2

Schweizer Exporte von Röstkaffee

Jahr	Gewicht in Tonnen	Wert in Mio. Fr.	Durchschnittswert in Fr./kg
2000	2 589	37	14.3
2001	3 443	52	15.1
2002	4 327	73	16.9

Die Schweizer Röstkaffee-Exporte sind in den letzten zwei Jahren wegen der Nespresso-Exporte stark gestiegen.

Quelle: Oberzöldirektion



Dominique Weisenberg

spalterische Unterscheidung zwischen Steuerbetrug und Steuerhinterziehung aufrechterhalten, um so weiterhin Steuerflüchtlinge aus der EU schützen zu können. So wollen es die Schweizer Banken. Pikantes Detail: Im Verwaltungsrat der Nestlé sitzen Rainer E. Gut und Vreni Spoerry, beide früher im Verwaltungsrat der Credit Suisse Group, wo heute umgekehrt der Konzernchef von Nestlé, Peter Brabeck-Letmathe, Einsitz hat. Ein Interessenkonflikt?

Nespresso-Kaffeemaschine

ist und beim Export von Röstkaffee in die EG daher ein Importzoll bezahlt werden muss (denn der Kaffee ist vom Freihandelsabkommen zwischen der Schweiz und der EG bisher nicht erfasst)? Der Grund ist, dass dieser Zoll im Rahmen der so genannten Bilateralen Verhandlungen 2 abgeschafft werden soll.

Rasch steigende Nespresso-Exporte trotz hohem EG-Zoll

Die Nestlé-Investition in Orbe für die Nespresso-Produktion beläuft sich bisher auf rund 80 Millionen Franken. Die gesamten Nestlé-Investitionen in Orbe (inkl. Nescafé-Produktion und Kaffee-Forschungszentrum) belaufen sich auf 200 Millionen Franken. Der Abschluss der zweiten Bilateralen Verhandlungen dürfte für die Profitabilität des Projektes von grosser Bedeutung sein, denn der Aussenzoll der EG für Röstkaffee beläuft sich auf 7,5 Prozent des Wertes, was bei einem so teuren Produkt wie Nespresso stark zu Buche schlagen dürfte.

Stolperstein Bankgeheimnis ...

Die Bilateralen Verhandlungen 2 konnten bisher aber wegen der sturen Haltung der Schweiz in Bezug auf das Bankgeheimnis nicht abgeschlossen werden. Die Schweiz will bei der Rechtshilfe um jeden Preis die haar-

... abgefedert durch Steuergeschenke?

Möglicherweise gibt es noch einen anderen Grund, weshalb Nestlé in Orbe investiert hat. Orbe zählt nämlich gemäss dem so genannten Bonny-Beschluss² bzw. der zugehörigen Bundesratsverordnung zu den «wirtschaftlichen Erneuerungsgebieten». Wenn ein Unternehmen in einem solchen Gebiet investiert und dabei neue Arbeitsplätze schafft, kann der Bund das Vorhaben «durch Bürgschaften, Zinskostenbeiträge und Steuererleichterungen fördern».

Ob der Kanton Waadt oder der Bund der Firma Nestlé Steuererleichterungen gewährt hat, konnte nicht in Erfahrung gebracht werden, da diese Informationen gemäss den zuständigen Diensten bei der Kantonsverwaltung, der Gemeinde und beim Staatssekretariat für Wirtschaft (seco) vertraulich behandelt werden. Falls aber der Nestlé für ihr Projekt in Orbe solche Steuererleichterungen gewährt wurden, dann wäre das eine elegante Lösung des Interessenkonflikts von Herrn Brabeck-Letmathe zwischen europäischer Integration und dem Schutz des Bankgeheimnisses – finanziert von den Schweizer Steuerzahlern.

¹ Zahlen gemäss Nestlé-Geschäftsbericht 2002

² Bundesbeschluss vom 6.10.1995 zugunsten wirtschaftlicher Erneuerungsgebiete



Der Legende nach ist OS3, die Vorgängerin der heutigen claro fair trade AG, 1977 nur deshalb entstanden, weil in den Zürcher Büros der Initianten der 3.-Welt-Bewegung schlichtweg kein Platz mehr war für die vielen Ujamaa-Kaffeensäcke. Auch hätte der heutige SP-Nationalrat Rudolf Strahm, einer dieser Pioniere, den Gestank von Kaffee und nasser Jute nicht mehr ertragen. So wurde also schon damals ausgelagert.

Kaffee: Geburtshelfer für den Fairen Handel in der Schweiz

▷ *Guido Münzel*

Die Geschichte des Fairen Handels in der Schweiz ist eng mit der Entstehung der Solidaritätsbewegung und Organisationen wie der Erklärung von Bern verknüpft. Gerade der Ujamaa-Kaffee wurde zu einem Symbolträger für die Darstellung entwicklungspolitischer Zusammenhänge und zum eigentlichen Geburtshelfer des Fairen Handels in der Schweiz. Den Konsumenten und Konsumentinnen sollte eine Gelegenheit geboten werden, etwas für die Entwicklungshilfe zu tun, ohne die Almosenmentalität zu unterstützen. 80 000 Gläser mit Ujamaa-Kaffee füllten die Aktivisten der ersten Stunde 1975 eigenhändig ab und brachten diese über Jugendaktionsgruppen und Kirchgemeinden unter die Leute. Nach der Gründung der Importgenossenschaft OS3 wurden die Weltläden zum wichtigsten Distributionskanal. «Ujamaa ist kein Kaffee vom billigen Jakob. Wir wollen den Produzenten einen gerechten Preis bezahlen», hiess es im 1976 erschienenen Dossier, welches zur Verkaufsschulung in den schnell expandierenden Weltläden diente.

Monopol der Kaffeehändler mit Fair Trade gebrochen

Die Bemühungen der Aktionen zeigten bald Erfolg. Durch den Fairen Handel konnten die afrikanischen Kaffeekooperativen menschenwürdige Lebensgrundlagen aufbauen und die Qualität ihres Kaffees verbessern. So schafften sie den Anschluss an den Weltmarkt. Das Monopol der grossen Händler wurde gebrochen. Diese wissen seit dem Fairen Handel, dass es für die Kaffeebauern Alternativen gibt.

Hatte der Faire Handel Erfolg? Heute stehen Kaffeebeutel mit dem Fair-Trade-Label der Stiftung Max Havelaar auch in den Regalen der Grossverteiler. Der Faire Handel ist professioneller geworden. Der Kaffee wird nicht mehr in den Büros von 3.-Welt-Aktivisten abgefüllt. Das Sortiment ist gewachsen. Längst besorgen spezialisierte Röstereien den Import und die Verpackung von verschiedenen Kaffeesorten.



claro

Das Kaffeesortiment der claro fair trade AG heute. Vorne in der Mitte der «Baraza-Instant», der in den 70er-Jahren noch unter dem Namen «Ujamaa» verkauft wurde.

Kostendeckende Preise und langfristige Verträge

Der Faire Handel will Kaffeebäuerinnen und Plantagearbeiter im Süden vor Einbrüchen der Preise bewahren. Basis soll nicht der von Spekulationen beeinflusste Weltmarktpreis sein, sondern ein kostendeckender Preis, von dem die Produzenten und ihre Familien leben können. Langfristige Verträge tragen zur Existenzsicherung bei, und eine zusätzliche Prämie ermöglicht Gemeinschaftsprojekte etwa in der Gesundheitsversorgung, in der Bildung oder im Bereich der sanitären Einrichtungen.

Der vom internationalen Netzwerk der Fair-Trade-Organisationen FLO garantierte Mindestpreis liegt zurzeit bei 1.24 US-Dollar pro Pfund. Der Weltmarktpreis hingegen ist auch für die besten Qualitäten auf 54 US-Cents abgesackt.

Die Neue Zürcher Zeitung (NZZ) stellt einen Boom des Geschäfts mit «ehrenwerthem» (fair trade) Kaffee vor allem in Zentral- und Südamerika fest, wo rund die Hälfte des fair gehandelten Kaffees herkommt. In Mexiko haben die Anbauflächen für nachhaltigen Kaffeeanbau von 1996 bis 2000 um 45 Prozent zugenommen. Dennoch ist der Faire Handel, laut NZZ, bestenfalls ein Nischenprodukt, der nach Einschätzung von Experten nicht mehr als 5 Prozent des globalen Konsums ausmache. Zur Lösung der Kaffeekrise am Weltmarkt leiste er bestenfalls einen marginalen Beitrag.¹

Stagnierender Absatz in der Schweiz

Tatsächlich bleibt auch der faire Kaffeehandel in der Schweiz von der Krise nicht unberührt. Die Max-Havelaar-Partner verzeichneten 2002 einen Rückgang des Kaffeeabsatzes um 4 Prozent auf 1246 Tonnen. Dies entspricht einem Verkaufswert von rund 18,3 Millionen Schweizer Franken. Dennoch blieb der Max-Havelaar-Marktanteil unverändert bei 5 Prozent des gesamten Detailhandels.²

Dreissig Jahre nach der Ujamaa-Aktion hat der Rohstoff Kaffee seine Symbolkraft für das Ungleichgewicht auf dem Weltmarkt und für die Notwendigkeit des Fairen Handels keineswegs eingebüsst. Es sind wiederum grosse Nichtregierungsorganisationen wie Oxfam, aber auch die Organisationen des Fairen Handels, die aufgrund der desolaten Situation für Millionen von Kaffeebauernfamilien in aller Welt Alarm schlagen. Die Situation ist paradox: Die Kaffeebauern sind weltweit in eine bedrohliche, existenzielle Krise geraten und gleichzeitig boomen in unseren Innenstädten die trendigen Coffee-Shops. Es liegt nach wie vor an den Konsumentinnen und Konsumenten, den Fairen Handel zum Trend zu machen.

¹ NZZ, Nr. 273 vom 23./24. November 2002

² Max Havelaar Stiftung Schweiz, Jahresbericht 2002



Das Max-Havelaar-Gütesiegel steht für Fairen Handel mit bäuerlichen Genossenschaften und Plantagen. Das heisst unter anderem: kostendeckende Preise, garantierte Mindestlöhne sowie langfristige Handelsbeziehungen. Dafür bauen die Betriebe ihre Produkte gemäss strengen Richtlinien an und gewährleisten damit erstklassige Qualität.

Das Symbol des Fairen Handels

▷ *Guido Münzel*

Die Max Havelaar-Stiftung (Schweiz) vergibt die Lizenz zur Verwendung ihres Gütesiegels. Im internationalen Verbund FLO (Fairtrade Labelling Organizations) definiert sie die Standards und überprüft die Einhaltung der Kriterien des Fairen Handels in der gesamten Handelskette. Als Non-Profit-Organisation handelt sie selber nicht mit Produkten. Das Max-Havelaar-Label ist wohl das bekannteste Markenzeichen für den Fairen Handel in der Schweiz. Dieses hat einen so hohen Bekanntheitsgrad (68 Prozent) bei den Konsumenten erreicht, dass Grossverteiler wie Migros und Coop zunehmend auf eigene Bezeichnungen für die Produktelinie Fair Trade verzichten (z. B. Cooperation bei Coop) und nur noch das Max-Havelaar-Label verwenden.

Bald werden sich Kundinnen und Kunden in dreizehn vorab europäischen Ländern im Fair-Trade-Dschungel besser orientieren können: Fast alle 17 Mitglieder der FLO stellen auf ein Einheitslogo um. Die Label-Organisationen treten in sechs Ländern unter «Max Havelaar» auf, anderswo sind sie als Transfair oder Fairtrade bekannt. Der hohe Bekanntheitsgrad des Max-Havelaar-Labels in der

Schweiz ist denn auch der Grund, weshalb die Stiftung Max Havelaar Schweiz nicht von heute auf morgen auf ein neues Logo umsteigen kann.

Doch mittelfristig will sich auch Max Havelaar Schweiz dem internationalen Label anschliessen. Für den Anschluss an das internationale Gütesiegel sprechen vor allem jene Produkte, die bei ausländischen Gästen besonders beliebt sind – nämlich Schokolade und Kaffee. Die claro fair trade AG z. B. realisiert bereits heute einen Drittel ihres Umsatzes mit Schokolade-Exporten – Tendenz steigend.

Die FLO beziffert den Umsatz mit zertifizierten Fair-Trade-Produkten in vierzehn westeuropäischen Ländern sowie den USA, Kanada und Japan auf 248 Millionen Euro im Jahr (rund 372 Millionen Franken).

Vom Fairen Handel profitieren gegenwärtig über 800 000 Produzentenfamilien in gut 40 Entwicklungsländern. Zu den wichtigsten Kriterien gehören neben dem fairen Preis ein umweltgerechter Anbau, langfristige Abnahmebeziehungen, die teilweise Vorfinanzierung der Ernte und natürlich der Verzicht auf Kinderarbeit.

Die Forderungen

der Erklärung von Bern und *claro fair trade AG*

Die weltweite Kaffeeekrise treibt Millionen von Kleinbauernfamilien in den Ruin. Es reicht nicht, bloss von den Produktionsländern eine Beschränkung des Kaffeeanbaus zu verlangen. Auch die Konsumländer können und müssen Massnahmen ergreifen, denn dort fallen die grossen Profite an. Die Erklärung von Bern und die *claro fair trade AG* fordern den Bundesrat, den Kaffeehandel, die Röster, das Gastgewerbe und die Konsumentinnen und Konsumenten auf, dringend einen ernsthaften Beitrag zur Bewältigung der Krise zu leisten.

Die Schweiz:

- > Setzt sich aktiv dafür ein, dass Angebot und Nachfrage auf dem Weltkaffeemarkt wieder ins Gleichgewicht gebracht werden. Sie fordert von der Weltbank, dass diese endlich eine kohärente Politik verfolgt. Sie unterstützt aktiv die Umsetzung des Qualitätsförderungsprogramms der International Coffee Organization (ICO).
- > Verwendet alle Einnahmen aus Kaffeezöllen (derzeit etwa 15 Millionen Franken pro Jahr) zweckgebunden für Massnahmen, welche zu einer Verbesserung der Lage der Kaffeekleinbauern beitragen (z. B. Qualitätsverbesserung, Diversifizierung).
- > Schafft die Zölle und Pflichtlagerbeiträge für Röstkaffee und löslichen Kaffee aus Entwicklungsländern ab.
- > Unterstützt aktiv den Konsum von Kaffee aus Fairem Handel und biologischem Anbau (z. B. Marketingmassnahmen).
- > Bekämpft alle Massnahmen, die zur Verdrängung der Kleinbauern und zu einer weiteren Produktionsausweitung führen (z. B. die Einführung von Gentech-Kaffee).

Die Schweizer Kaffeeunternehmen (Kaffeehändler und Kaffeeröster):

- > Verpflichten sich, den Kaffeebäuerinnen und -bauern einen existenzsichernden Preis zu bezahlen.
- > Kaufen bzw. handeln ausschliesslich mit Kaffee, der den ICO-Qualitätsstandards entspricht und verzichten vollständig auf Gentech-Kaffee.
- > Verpflichten sich, signifikant grössere Mengen an Kaffee zu den Bedingungen des Fairen Handels und aus Bioanbau direkt von den Produzenten zu kaufen.

Der Detailhandel und das Gastgewerbe:

- > Verpflichten alle ihre Zulieferer, den Kaffeebäuerinnen und -bauern einen existenzsichernden Preis zu bezahlen, und sie beziehen bei diesen nur noch Kaffee, der den ICO-Qualitätsstandards entspricht. Sie verpflichten sich ferner, vollständig auf Gentech-Kaffee zu verzichten.
- > Erhöhen schrittweise den Anteil des Kaffees aus Fairem Handel und Bioanbau in ihrem Sortiment bis auf ein signifikantes Niveau.
- > Alle Betriebe des Gastgewerbes haben mindestens einen Kaffee aus Fairem Handel in ihrem Sortiment.

Die Konsumentinnen und Konsumenten:

- > Verlangen von ihren Detaillisten, dass diese zertifizierten Kaffee aus Fairem Handel und wenn möglich Bioanbau in ihrem Sortiment führen, und kaufen konsequent solchen Kaffee.
- > Verlangen in Restaurants und Cafés konsequent Kaffee aus Fairem Handel.



It's fair trade.

claro fair trade AG

Die Handelspartner der claro fair trade AG sind benachteiligte Kleinproduzenten aus wirtschaftlichen Randgebieten des Südens und Europas. Sie produzieren auf sozial und ökologisch nachhaltige Weise qualitativ hochwertige Produkte. Der Faire Handel stellt für sie einen alternativen Zugang zum Welthandel dar. Oberstes Ziel der claro fair trade AG ist die kontinuierliche Verbesserung der sozialen, wirtschaftlichen und ökologischen Situation ihrer ProduzentInnen.

Wenn immer möglich sind die Produkte durch die Stiftung Max Havelaar zertifiziert. Das Sortiment bei claro umfasst heute 1700 Produkte. Im Jahr 2002 betrug der Umsatz der claro fair trade AG 16 Millionen Franken. Neben den 135 claro-Vertragsgläden in der Deutschschweiz beliefert die claro fair trade AG über 300 weitere Welt-, Bio-, Öko- und Quartierläden.

Die claro fair trade AG ist Mitglied der European Fair Trade Association (EFTA). Diese unterstützt die Anliegen des Südens mit gezielter Lobbyarbeit, beispielsweise bei der EU in Brüssel.

Die claro fair trade AG entstand 1997 durch die Umwandlung der 1977 gegründeten Importgenossenschaft OS3 in eine Aktiengesellschaft.

claro-Läden gibt es auch in Ihrer Nähe!

claro fair trade AG
Byfangstrasse 19
CH-2552 Orpund
Tel. +41 (0)32 356 07 00
Fax +41 (0)32 356 07 01
www.claro.ch
mail@claro.ch

EvB

**FÜR GLOBALE GERECHTIGKEIT
– SEIT 35 JAHREN**

ERKLÄRUNG VON BERN

Erklärung von Bern

Die Erklärung von Bern (EvB) ist eine unabhängige Organisation, die sich seit 1968 für gerechte und umweltverträgliche Beziehungen zwischen den armen und reichen Ländern einsetzt.

Die EvB nimmt Einfluss auf entwicklungspolitische Fragen in der Schweiz und engagiert sich mit Recherchen, Lobby-, Öffentlichkeits- und Kampagnenarbeit in den Bereichen Wirtschaft, Handel, Kultur und Ernährung.

Die EvB wird gesamtschweizerisch von ihren rund 19000 Mitgliedern und SpenderInnen getragen. Mitglieder erhalten fünfmal jährlich das EvB-Magazin mit separater Dokumentation zu einem Spezialthema.

Im Rahmen des Fachbereiches Ernährung und Landwirtschaft engagiert sich die EvB unter anderem gegen Patente auf Leben und hinterfragt die Auswirkungen der Anwendung von Agrochemikalien und Gentechnologie in den Entwicklungsländern. Sie fordert eine auf die Bedürfnisse der Bevölkerung in den Entwicklungsländern ausgerichtete internationale Agrarforschung. Die EvB kämpft gegen die Biopiraterie und setzt sich für eine wirksame Umsetzung der Biodiversitätskonvention ein.

Erklärung von Bern

Quellenstrasse 25

Postfach

CH-8031 Zürich


Tel. +41 (0)1 277 70 00

Fax +41 (0)1 277 70 01

www.evb.ch

info@evb.ch

PK 80-8885-4



Diese von der Erklärung von Bern und der claro fair trade AG herausgegebene Dokumentation berichtet über die Ursachen der globalen Kaffeekrise, über das Schicksal von Millionen von Kleinbauernfamilien sowie über die Profitgier der Kaffeekonzerne und deren Praktiken. Sie beschreibt die Lösungsvorschläge der verschiedenen Akteure auf dem Weltkaffeemarkt und die Rolle des Kaffees als Geburtshelfer für den Fairen Handel in der Schweiz. Um die weltweite Kaffeekrise zu lösen, reicht es nicht, bloss von den Produktionsländern eine Beschränkung des Kaffeenanbaus zu verlangen. Auch die Konsumländer können und müssen Massnahmen ergreifen, denn dort fallen die grossen Gewinne an.



[Bestelltalon]

Bitte senden Sie mir:

- Exemplar(e) dieser Broschüre «Kaffee fertig?»
Einzelexemplar Fr. 6.–, ab 10 Stück Fr. 3.– pro Exemplar, ab 100 Stück Fr. 2.– pro Exemplar; exkl. Versandkosten
- Exemplar(e) Liste der claro- und Weltläden in der Schweiz (kostenlos)
- Exemplar(e) des Hintergrundberichtes (2001) «Gentech-Kaffee – die Bedrohung der Kleinbauern»
(Fr. 5.– pro Exemplar, exkl. Versandkosten)

- Ich wünsche Unterlagen über die Erklärung von Bern (kostenlos)
- Ja, ich werde Mitglied bei der Erklärung von Bern
(mindestens Fr. 50.–/Jahr, inkl. Abonnement EvB-Magazin/Dokumentation)

Vorname, Name

Strasse, Nr.

PLZ, Ort

E-Mail

Geburtsdatum (fakultativ)

Unterschrift

Datum

Talon einsenden an: Erklärung von Bern, Quellenstrasse 25, Postfach, 8031 Zürich

III/2003

oder via Fax an +41 (0)1 277 70 01

Weitere Publikationen sowie direkte Bestellmöglichkeiten finden Sie unter www.evb.ch

E v B

FÜR GLOBALE GERECHTIGKEIT
– SEIT 35 JAHREN

ERKLÄRUNG VON BERN